Visie op verblijfsaccommodaties Zandvoort

Gemeente Zandvoort

Vastgesteld door de gemeenteraad d.d. 18 februari 2014

Grontmij Nederland B.V.

Grontmij

Verantwoording

Titel	:	Visie op verblijfsaccommodaties Zandvoort
Subtitel	:	
Projectnummer	:	325413
Referentienummer	:	GM-0107095
Revisie	:	Nav B&W besluit
Datum	:	17 december 2013

Auteur(s)	:	drs. Tjeerd Tromp, ir. Peter Bergmans, drs. Bart Dercksen, Johan Kuipers
E-mail adres	:	tjeerd.tromp@grontmij.nl, peter.bergmans@grontmij.nl,
Gecontroleerd door	:	drs. Tjeerd Tromp
Paraaf gecontroleerd	:	
Goedgekeurd door	:	drs. Saar Foeken
Paraaf goedgekeurd	:	
Contact	:	Grontmij Nederland B.V. De Molen 48 3994 DB Houten Postbus 119 3990 DC Houten T +31 30 634 47 00 F +31 30 637 94 15 www.grontmij.nl

Grontmij

Inhoudsopgave

Grontmij

1 Versterking verblijfstoerisme Zandvoort

1.1 Aanleiding

Zandvoort is een kleine gemeente met een grote naam als het gaat om strandtoerisme. Als bestemming voor dagtoerisme (een dagje naar het Zandvoortse strand) is Zandvoort één van de leidende bestemmingen aan de Nederlandse kust. De gemeente heeft zichzelf voor de uitdaging gesteld dit ook voor verblijfstoerisme te worden. Een hogere kwaliteit van het toeristisch product moet leiden tot meer overnachtingen in de gemeente en een daarmee samenhangende verhoging van het economisch effect. Dit economisch effect is aanzienlijk. Volgens LISA[1] komt ongeveer 30% van de banen direct danwel indirect voor rekening van de toeristische sector. Dat deze sector onder druk staat, blijkt uit de daling van het aantal banen met 10% in de laatste vijf jaar.

Met het project Deltaplan Verblijfstoerisme wil de gemeente een impuls geven aan verblijfstoerisme. Ter voorbereiding op en als onderdeel van het Deltaplan, dat ook ingaat op het onderscheidend vermogen en de kernkwaliteiten van de gemeente, wil de gemeente een visie formuleren op de verblijfsaccommodaties.

Dit rapport verwoordt deze visie op verblijfsaccommodaties in Zandvoort. Het beschrijft de positie van Zandvoort als bestemming voor meerdaags verblijf. Door allerlei oorzaken, zowel binnen als buiten de invloedssfeer van de gemeente Zandvoort, is deze positie in de loop der jaren verslechterd. Bij ongewijzigd beleid komt de positie van Zandvoort als verblijfstoeristisch product verder onder druk te staan. De visie geeft aan hoe dit proces te keren.

1.2 Leeswijzer

Dit rapport start met de marktanalyse van het verblijfstoerisme in Zandvoort en hiermee verwante ontwikkelingen. Hoofdstuk twee geeft het profiel van Zandvoort, de hoofdstukken drie en vier zoomen in op aanbod en vraag naar het verblijfstoerisme. Hoofdstuk vijf beschrijft trends en ontwikkelingen in de markt en het relevante beleid. Hoofdstuk zes geeft, in de vorm van een overzicht van sterke/zwakke punten en kansen/bedreigingen, een samenvattende analyse van de vier voorgaande hoofdstukken. Op basis daarvan wordt in hoofdstuk zeven een visie op de versterking van het verblijfstoerisme verwoord dat is gekoppeld aan een probleemverkenning en bijbehorend RO Beleid per deelsector. In hoofdstuk acht wordt vervolgens een slag gemaakt om een ruimtelijke zonering aan te geven voor mogelijke versterking van het verblijfstoerisme in Zandvoort.

---

[1] LISA = een databestand met gegevens over vestigingen in Nederland waar betaald werk wordt verricht

2 Profiel van Zandvoort

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk schetsen wij het huidige profiel van Zandvoort. Dit profiel is van belang omdat het in hoge mate bepalend is voor de ontwikkeling van verblijfstoerisme in Zandvoort. De toerist kiest niet primair voor een verblijfsaccommodatie maar veel meer voor de identiteit, de sfeer, het landschap en de recreatiemogelijkheden in de omgeving. Wij bespreken in vogelvlucht de mogelijkheden voor dag- en verblijfstoerisme in Zandvoort. Het hoofdstuk wordt afgesloten met de identiteit van Zandvoort.

2.2 Profiel dagtoerisme Zandvoort

Zandvoort geniet faam door de combinatie van de rijke traditie als badplaats en grote trekkers als het circuit en de natuur van Zandvoort, het Nationaal park Zuid-Kennemerland en Amsterdamse Waterleidingduinen. Het profiel dagtoerisme is beschreven aan de hand van trekkers, dagaanbod en evenementen.

2.2.1 Trekkers

- De traditionele parels **strand en zee** zijn de grootste trekkers van Zandvoort. Niet alleen op warme dagen, maar ook steeds meer jaarrond.
- **Circuit Park Zandvoort**. Beeldbepalend en ook een grote publiekstrekker.
- Het **Holland Casino** in Zandvoort is de eerste vestiging van Holland Casino, geopend in 1976. Het casino is gevestigd op een centrale locatie aan de boulevard, nabij het strand.
- **Tulpen en bollen**. Zandvoort profiteert in het voorjaar van de Keukenhof en Bollenstreek.
- **Duinen**: Nationaal park Zuid-Kennemerland en Amsterdamse Waterleidingduinen. Wandelen in de duinen is populair bij natuurliefhebbers. Voor Amsterdammers is dit gebied de eerste mogelijkheid om in een groter duinnatuurgebied te recreëren in de nabijheid van de stad.

2.2.2 Aanbod

Rondom voornoemde trekkers en verblijfsaccommodaties wordt in Zandvoort een afgeleid aanbod aangeboden bestaande uit horeca, detailhandel en overige voorzieningen:

2.2.3 Evenementen

Zandvoort heeft een gevarieerde en uitgebreide evenementenagenda. Hieronder de beeldbepalende evenementen in Zandvoort die ook voor extra verblijfstoeristen zorgen of deze toeristen iets extra's bieden:

- **KLM Open,** maakt onderdeel uit van de Europese Tour, het hoogste professionele golfcircuit van Europa. Met 50.000 bezoekers is het een van de best bezochte toernooien op de Europese Tour.
- **Circuit races** DTM, Masters of Formula 3 en Historic GP zijn de grootste en best bezochte races.
- **Zandsculpturenfestival.** Een zandsculpturenwedstrijd waar artiesten uit heel Europa aan deelnemen,.
- **Circuitrun.** Start evenementenseizoen, drie sportieve evenementen in één weekend. De circuitrun trekt zo'n 13.000 lopers, waarvan vele ook overnachten.
- **Karavaan.** Reizende theatershow met muziek, theater, eten uit de zeekeuken en een openlucht bioscoop.

2.3 Profiel verblijfstoerisme Zandvoort

Het aanbod van verblijfsaccommodaties in Zandvoort is gevarieerd. Er is nog te weinig aanbod dat echt onderscheidend is of zich richt op bijzondere doelgroepen.

Als veruit de grootste aanbieder in de gemeente, met 436 bungalows en 118 hotelkamers op 4-sterren niveau, speelt Center Parcs een belangrijke rol. Een nieuwe toetreder op de markt, is The Seashell Hotel.

Dit hotel is geopend in het voorjaar van 2011 en telt 14 kamers en appartementen. Het hotel heeft een concept dat aansluit bij het jaren ’50 gebouw waar het in is gevestigd.

Op het gebied van pensions, Bed & Breakfast en appartementenverhuur heeft Zandvoort een breed en kleurrijk aanbod. De particuliere, kleinschalige markt is in Zandvoort opvallend veel aanwezig. Veel lokale Zandvoorters verdienen in het hoogseizoen bij met verhuur van een verblijfsaccommodatie in of bij hun eigen woning.

2.4 Identiteit Zandvoort

Door bureau IMA (Identity Matching Academy) wordt momenteel een diepgravend onderzoek gedaan naar de identiteit en het imago van Zandvoort. Het DNA, de identiteit en het onderscheidend vermogen van Zandvoort zijn onderzocht in het kader van een bredere opdracht voor de Noord Hollandse badplaatsen.. Als conclusie van het onderzoek zijn de voorlopige sleutelwaarden voor Zandvoort gekozen:

- **Hart op de tong:** De mensen in Zandvoort nemen geen blad voor de mond. Ze zijn open en direct. Dat uit zich in enthousiasme en net zo makkelijk in ongenuanceerde botte kritiek.
- **Leven in de Brouwerij:** In Zandvoort is wat te beleven. Wat die belevenis is, verschuift hier en daar wat en deint mee met de vraag van ‘de massa’. Ondernemen in Zandvoort betekent dat je bezig moet blijven met de focus op ‘beleving’.
- **Samenhang:** Een rivier stroomt één kant op. De zee deint op en neer maar gaat nergens heen. Toch helpt een richting kiezen om écht verder te komen en niet mee te deinen met het tij. Een paar stevige échte keuzes die gevolgd worden in beleid en ondernemen zou de gasten meer duidelijkheid verschaffen wat de reden is om Zandvoort vaker dan af en toe een dagje te bezoeken.
- **Lullen en toch poetsen:** Ja, we gaan hier aan de slag, maar we lullen er ook graag over. Er ontstaan initiatieven die door anderen weer keihard de grond in worden geboord maar een echte Zandvoortse ondernemer weet dat hij gewoon door moet gaan en doet dat dan ook.
- **Contrastrijk:** Zandvoort zit vol tegenstellingen
  - Mooie- en lelijke plekken.
  - Extreem drukke en heel rustige dagen.
  - Groot contrast tussen hoog- en laagseizoen.
  - Zandvoort met een evenement of Zandvoort zonder evenement.
  - Iets is ‘geweldig en typisch Zandvoorts’ (maar niet voor lang...)
  - Contrast in bouwstijlen. Vooroorlogs en naoorlogs.
  - Verschillende smaken. Niveau van de strandpaviljoens in verhouding tot de accommodaties en restaurants in het dorp.
- **Sportief:** Zandvoort leent zich voor een diversiteit aan individuele sportieve activiteiten. Watersport w.o. ook catamaranzeilen, strandsporten, wandelen fietsen en natuurlijk het gebruik van het circuit op diverse manieren.

Aspecten van de bovengenoemde kernwaarden zijn wij ook tegengekomen in onze interviews met het toeristisch bedrijfsleven. Daarbij werd ook de conclusie getrokken dat Zandvoort nog te weinig een keuze maakt in welke identiteit zij wil uitstralen.

2.5 Economisch effect toerisme

In 2010 is de economische betekenis van toerisme in Zandvoort gemeten[2]. De totale bestedingen van verblijf- en dagtoeristen bedroeg in 2008 naar schatting 175 miljoen euro. Bijna 70 miljoen euro kwam voor rekening van de verblijfstoerist. Hotels in het midden- en luxe segment hadden hierin het grootste aandeel (30 miljoen euro), gevolg door het bungalowpark (28 miljoen euro).
Standaard hotels (4,4 miljoen euro), campings (3,1 miljoen euro), particuliere verhuur (2,2 miljoen euro) en strandhuisjes (1,7 miljoen euro) volgen op grote afstand. De bestedingen per persoon per dag zijn voor toeristen in het midden- en luxe segment het hoogst (128 euro), gevolgd door standaard hotel (84 euro), particuliere verhuur (50 euro), bungalowpark (46 euro) en toeristische standplaats (36 euro). Ter vergelijking een dagbezoeker besteedt gemiddeld 23 euro per dag.

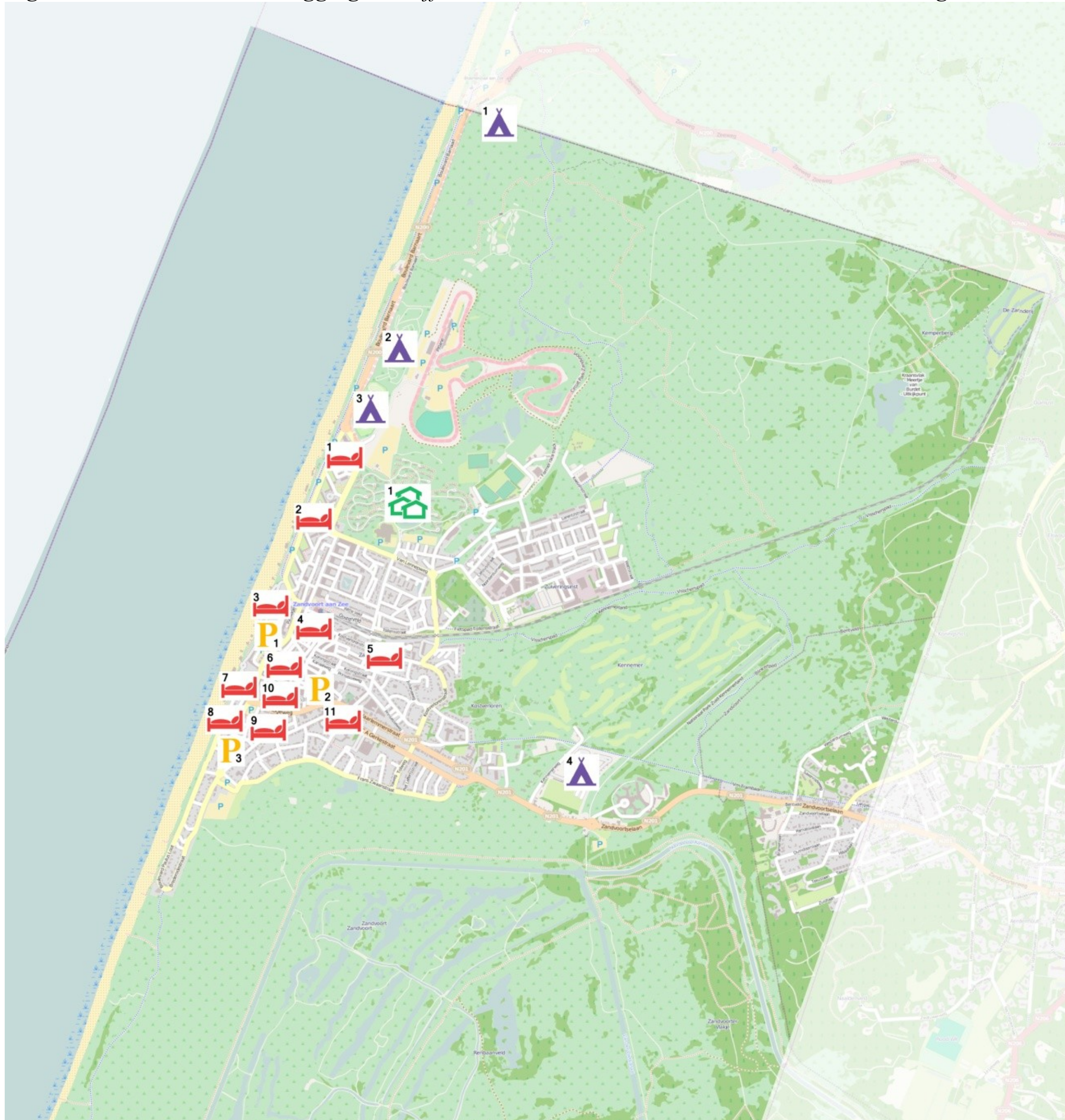
[2] Economische betekenis van Toerisme in Zandvoort, Nulmeting, 2010,.

3 Aanbod van verblijfstoerisme

3.1 Algemeen

De gemeente Zandvoort telt 151 aanbieders in verblijfstoerisme binnen haar gemeentegrens[3].
De grotere accommodaties, met meer dan 2.000 overnachtingen per jaar, zijn aangegeven in figuur 3.1.
Zie kader op volgende bladzijde voor overzicht accommodaties.

Figuur 3.1 Kaart met ligging verblijfsaccommodaties met meer dan 2.000 overnachtingen



[3] Aantal gebaseerd op diverse bronnen, zoals Gemeente Zandvoort, Kenniscentrum Horeca en VVV Gids Zandvoort.

Hotel	Bungalow	Camping	Pension
1. NH Hotel 2. Strandhotel Center Parcs 3. Best Western Palace Hotel 4. Keur 5. Faber 6. The Seashell 7. Bell 8. Zuiderbad 9. Hoogland 10. Anna 11. De Zeespiegel	1. Center Parcs	1. Helmgat 2. De Duinrand 3. De Branding 4. Sandevoerde	1. Welkom in Zandvoort 2. Schier 3. Watertoren

In tabel 3.1 is een onderverdeling per deelsector (per 1 januari 2013) in Zandvoort opgenomen.

Tabel 3.1 Aanbod verblijfsaccommodatie Zandvoort

Sector	Omgeving	Aanbieders	Bijzonderheden
Grotere hotels / bungalowparken	Boulevard	NH Zandvoort	4-sterren, 213 kamers (2-persoons: 145 / 1-persoons: 68). Kamerrenovatie wordt doorgevoerd, investering in wellness
		Center Parcs Strandhotel	4-sterren, 118 kamers (2-persoons) en 436 bungalows. Tropisch zwembad Aqua Mundo, midget golf, winkels en horeca
		Best Western Palace Hotel	42 kamers (2-persoons), wordt uitge-breid met een aantal kamers
Overige hotels	Dorpskern	9 hotels	Niet ketengebonden, kleinschalig
Appartementen	Dorpskern	59 aanbieders	Bijna allemaal kleine aanbieders
Pensions	Dorpskern	12 aanbieders	Tussen de 2 en 10 kamers
B&B's	Dorpskern	15 aanbieders	Maximaal 4 bedden.
Campings	Duinen en natuur	4 aanbieders	Relatief kleine omvang
Strandhuisjes	Strand	4 verenigingen	De verhuur verloopt via verenigingen, waar men eerst lid van moet worden.

3.2 Benchmark kustgemeenten

Aan de hand van het aantal inwoners (maximaal 60.000 inwoners) en een soortgelijk toeristisch profiel (traditionele badplaatsen met verschillende accommodatievormen) is een aantal benchmark kustplaatsen geselecteerd Castricum, Noordwijk, Bergen (NH), Veere en Den Helder. Het aanbod van verblijfstoerisme van Zandvoort en de benchmarkgemeenten is in drie clusters vergeleken, te weten: hotels (en pensions), bungalows en camping en particuliere verhuur (B&B en appartementen).

Tabel 3.2 Benchmark aanbod verblijfstoerisme per sector (2012)[4]

		Hotel	Bungalow/camping	Particuliere verhuur	Totaal
Zandvoort	Bedrijven	34	3*	113	151
	Verblijfseenheden	731	856	280	1867
	% verblijfseenheden	39%	46%	15%	100%
	Eenheid/bedrijf	21,5	214,0	2,5	12,4
Castricum	Bedrijven	4	12	13	29
	Verblijfseenheden	276	2718	33	3027
	% verblijfseenheden	9%	88%	3%	100%
	Eenheid/bedrijf	69,0	226,5	2,5	104,4
Noordwijk	Bedrijven	33	12	19	64
	Verblijfseenheden	1558	1148	85	2791
	% verblijfseenheden	56%	41%	3%	100%
	Eenheid/bedrijf	47,21	95,67	4,47	43,6
Bergen	Bedrijven	39	22	63	124
	Verblijfseenheden	1381	1470	171	3022
	% verblijfseenheden	46%	49%	6%	100%
	Eenheid/bedrijf	35,41	66,82	2,71	24,4
Veere	Bedrijven	59	40	52	151
	Verblijfseenheden	1266	5346	55	6667
	% verblijfseenheden	19%	80%	1%	100%
	Eenheid/bedrijf	21,46	133,65	1,06	44,2
Den Helder	Bedrijven	10	10	28	48
	Verblijfseenheden	252	1484	42	1778
	% verblijfseenheden	14%	83%	3%	100%
	Eenheid/bedrijf	25,20	117,00	12,71	37,0
Gemiddeld	Bedrijven	27,8	16,5	50,3	94,5
	Verblijfseenheden	910,7	2170,3	111,0	3192,0
	% verblijfseenheden	29%	68%	3%	100%
	Eenheid/bedrijf	32,7	131,5	2,2	33,8

* Omdat Helmgat voor 2/3 deel buiten de gemeente ligt, is deze niet in de tabel opgenomen.

Op basis van tabel 3.2 kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Zandvoort, Noordwijk en Bergen hebben een gespreid aanbod over de twee grootste clusters: hotel (‘rode’ cluster, meer een stedelijke uitstraling) en bungalow/camping (‘groene’ cluster: accommodaties doorgaans gelegen in de natuur). Het zwaartepunt van de accommodaties in Castricum, Veere en Den Helder ligt veel meer bij het groene aanbod van bungalows en campings.
- Zandvoort biedt het meeste kleinschalige aanbod aan B&B, appartementen en pensions
- Veere heeft de meeste verblijfseenheden. Deze gemeente bestaat uit meerdere toeristische kernen zoals Veere, Zoutelande en Domburg.
- Zandvoort en Veere hebben het grootste aantal overnachtingaccommodaties. Omdat veruit het grootste gedeelte van de markt in Zandvoort uit kleine tot zeer kleine bedrijven bestaat (B&B met hooguit 2 kamers) blijft het aanbod uitgedrukt in verblijfseenheden in Zandvoort juist weer achter (alleen Den Helder heeft minder verblijfseenheden).
- Met 34 aanbieders en 731 kamers in het cluster hotel heeft Zandvoort een gemiddeld aanbod van accommodaties en kamers.
- Noordwijk, Bergen en Veere zijn marktleiders wat aanbod van hotels en hotelkamers betreft.
- Vergeleken met gemeenten als Veere en Castricum heeft Zandvoort relatief weinig aanbod.

[4] Bron: kenniscentrum horeca (bedrijfschap Horeca), gemeente Zandvoort (statistieken toeristenbelasting), VVV Gids Zandvoort

Tabel 3.3 Benchmark hotelsector naar aantal sterren (2012)[5]

		1*	2*	3*	4*	5*	Totaal
Zandvoort	Bedrijven	1	11	7	3	-	22
	% bedrijven	5%	50%	32%	14%	-	100%
	Verblijfseenheden	9	127	124	391	-	651
	% verblijfseenheden	1%	20%	19%	60%	-	100%
Castricum	Bedrijven	-	-	1	1	-	2
	% bedrijven	-	-	50%	50%	-	100%
	Verblijfseenheden	-	-	9	216	-	225
	% verblijfseenheden	-	-	4%	96%	-	100%
Noordwijk	Bedrijven	5	1	12	8	2	28
	% bedrijven	18%	4%	43%	29%	7%	100%
	Verblijfseenheden	102	18	307	464	434	1325
	% verblijfseenheden	8%	1%	23%	35%	33%	100%
Bergen	Bedrijven	1	11	19	6	-	37
	% bedrijven	3%	30%	51%	16%	-	100%
	Verblijfseenheden	11	96	476	702	-	1285
	% verblijfseenheden	1%	7%	37%	55%	-	100%
Veere	Bedrijven	2	12	27	6	-	47
	% bedrijven	4%	26%	57%	13%	-	100%
	Verblijfseenheden	21	193	532	419	-	1165
	% verblijfseenheden	2%	17%	46%	36%	-	100%
Den Helder	Bedrijven	1	2	5	1	-	9
	% bedrijven	11%	22%	56%	11%		100%
	Verblijfseenheden	6	17	177	50	-	250
	% verblijfseenheden	2%	7%	71%	20%		100%
Gemiddeld	Bedrijven	1,7	6,2	11,8	4,2	0,3	24,2
	% bedrijven	7%	26%	49%	17%	1%	100%
	Verblijfseenheden	24,8	75,2	270,8	373,7	72,3	816,8
	% verblijfseenheden	3%	9%	33%	46%	9%	100%

Op basis van tabel 3.3 kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- In Zandvoort zijn ook in deze analyse contrasten te zien. Enerzijds is het zwaartepunt aan 4-sterren kamers bepalend (60% van het totaal, ongeveer evenveel als Bergen), anderzijds heeft Zandvoort relatief veel 2-sterren accommodaties.
- De hotelmarkt is in Castricum nauwelijks aanwezig, terwijl de unieke positie van Noordwijk, als luxemarkt bij uitstek, is te zien doordat 33% van het kameraanbod op 5-sterren niveau ligt.

3.3 Historische ontwikkelingen aanbod

Voor de hotelsector is een historische ontwikkeling van het aanbod in tabel 3.4 weergegeven. De overige sectoren zijn niet opgenomen, omdat nauwelijks sprake is van ontwikkelingen in aanbod (kampeer- en bungalowsector) of omdat exacte cijfers ontbreken (sector overig).

Tabel 3.4 Ontwikkeling aanbod hotelsector in de periode 2002-2007 en 2007-2012[6]

		2002	2007	% verande-ring 2007 t.o.v 2002	2012	% verande-ring 2012 t.o.v 2007
Zandvoort	Bedrijven	43	32	-25,6%	34	6,3%
	Verblijfseenheden	810	752	-7,2%	731	-2,8%
Castricum	Bedrijven	4	4	0%	6	50,0%
	Verblijfseenheden	227	259	14,1%	276	6,6%
Noordwijk	Bedrijven	56	47	-16,1%	38	-19,1%
	Verblijfseenheden	2.033	1.810	-11,0%	1.558	-13,9%

[5] Bron: kenniscentrum horeca (bedrijfschap Horeca)
[6] Bron: Kenniscentrum Horeca (Bedrijfschap Horeca).

Bergen	Bedrijven	54	51	-5,6%	45	-11,8%
	Verblijfseenheden	1.466	1.480	1,0%	1.381	-6,7%
Veere	Bedrijven	61	56	-8,2%	59	5,4%
	Verblijfseenheden	1.193	1.213	1,7%	1.266	4,4%
Den Helder	Bedrijven	14	9	-35,7%	10	11,1%
	Verblijfseenheden	265	233	-12,1%	252	8,2%
Gemiddeld per gemeente	Bedrijven	38,7	33,2	-14.1%	32	-3.7%
	Verblijfseenheden	999	958	-4.1%	911	-4.9%
Noordzeebadplaatsen	Bedrijven	394	346	-12,2%	362	4,6%
	Verblijfseenheden	9.829	9.519	-3,2%	9.679	1,7%
Nederland	Bedrijven	2895	2818	-2,7%	2.895	2,7%
	Verblijfseenheden	90.807	98.059	8,0%	110.332	12,5%

Op basis van tabel 3.4 kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Het aantal Nederlandse hotels is over de periode 2002-2012 precies hetzelfde gebleven, terwijl het aantal kamers stevig is gegroeid.
- Aan de Noordzeekust was er in de periode 2002-2007 sprake van een flinke daling van zowel hotels als kamers, terwijl van 2007-2012 er weer een groei in zowel het aantal hotels als het aantal hotelkamers is geweest.
- Met uitzondering van Noordwijk en Bergen ontwikkelen de benchmarkgemeenten zich in de periode 2007-2012 positief. Ook Zandvoort kent weer een lichte groei in het aantal hotels, maar niet in hotelkamers.

Figuur 3.2 geeft de geïndexeerde ontwikkeling in aantal hotelkamers aan bij de benchmarkgemeenten en de Noordzeebadplaatsen.

Figuur 3.2 Geïndexeerde ontwikkeling aanbod hotelkamers



Bron: kenniscentrum horeca (bedrijfschap Horeca)

De grafiek geeft aan dat Zandvoort met een krimp van ongeveer 10% over de periode 2002-2012 het minder goed doet dan de meerderheid van de overige badplaatsen. Voor het bredere aanbod van Noordzeebadplaatsen is de 10-jaars ontwikkeling licht negatief.

3.4 Plannen voor nieuwe accommodaties

Zandvoort
In Zandvoort zijn vier concrete projecten voor hoteluitbreiding in uitvoering. Daarnaast zijn er twee plannen die in verschillende stadia van concreetheid verkeren.

Concrete projecten:

- **Hotel sloop en nieuwbouwproject Hogeweg 38.** Sloop van 7 kamers en bouw van 27 (tweepersoonskamers). De gemeente heeft positief geadviseerd over het bouwplan, een voorwaarde is de afname van parkeerplaatsen.
- **Verbouwing en uitbreiding Amsterdam Beach Hotel.** Verbouwing en uitbreiding waarbij het bestaande aantal van 22 kamers naar circa 55 tweepersoonskamers wordt uitgebreid.
- **Hotel aan het Badhuisplein.** Naast het Holland Casino. Status planvorming
- **Hotelkamers bij restaurant Pondok Jani**. Een plan voor circa 13 tweepersoonskamers.
- **Uitbreiding van Best Western Palace Hotel**. Dit hotel is gevestigd in een landmark waar ook veel particuliere appartementen in zijn gevestigd. Het huidige hotel heeft 42 kamers. Bij nieuwbouw worden 31 bestaande kamers gehandhaafd en er komen 110 nieuwe kamers.

Plannen in verschillende stadia:

- **Strandbungalows voor toeristische verhuur.** Een strandpaviljoenhouder wil 10 strandbungalows.
- **Plan Ecohotel.** Een strandpaviljoenhouder wil aan de zuidkant van het dorp een ecohotel ontwikkelen. Moet nog uitgewerkt worden.
- **Circuithotel.** In het bestemmingsplan is ruimte voor een hotel aan zuidzijde van het Circuit.
- Twee **campingbedrijven** in Zandvoort willen toe naar meer jaarrond mogelijkheden, bijvoorbeeld stacaravans voor de toeristische verhuur.

3.5 Conclusies

- In de periode 2002-2007 nam het aanbod in Zandvoort af, maar ook voor alle Noordzee badplaatsen in totaal. In de vijf jaar hierna (2007-2012) was voor beide weer een groei in het aantal eenheden waar te nemen. Over de afgelopen 10 jaar genomen heeft het aanbod in Zandvoort zich in ten opzichte van de meeste benchmarkgemeenten minder snel ontwikkeld.
- Er bestaat een aantal concrete en minder concrete plannen voor nieuwe verblijfsprojecten in Zandvoort. Het enige relatief grootschalige plan is de uitbreiding van het Best Western Palace, de overige plannen zijn kleinschalig van aard.

4 Vraag naar verblijfstoerisme

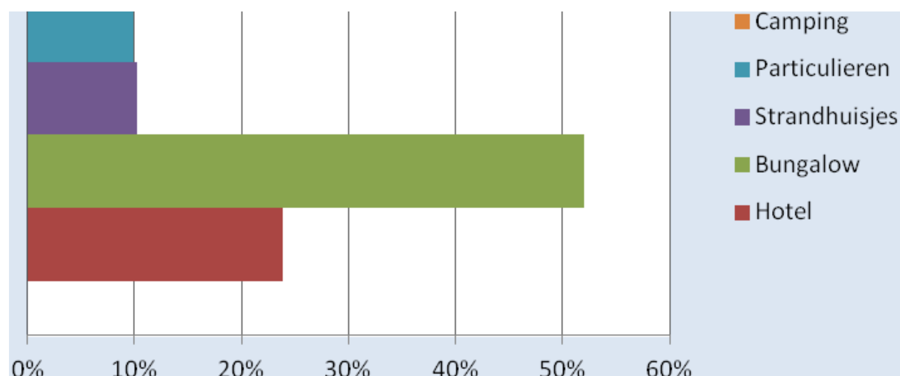
4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk geven wij een kwantitatieve en kwalitatieve analyse van de vraag naar overnachtingsmogelijkheden in de gemeente Zandvoort. Van de overnachtingen geven wij een trendanalyse en vergelijking met andere regio's. Aansluitend beschrijven wij de doelgroepen van de verschillende accommodaties en relateren deze aan de landelijke vraag naar verblijfstoerisme. Verwachte ontwikkelingen in de vraag naar verblijfstoerisme worden weergegeven in het volgende hoofdstuk. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met samenvattende conclusies over de vraaganalyse.

4.2 Aantal overnachtingen

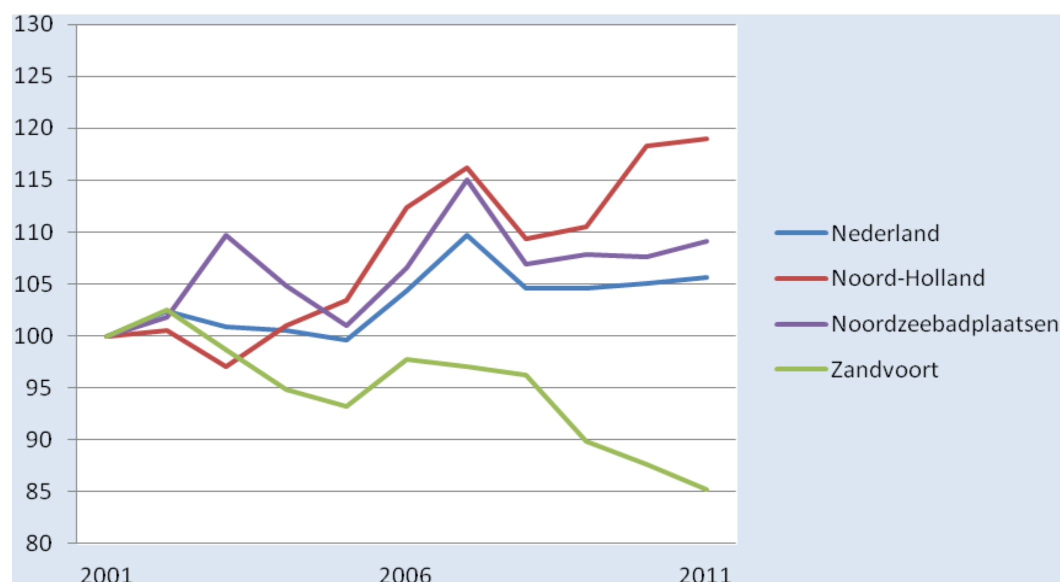
Op basis van de registratie van de toeristenbelasting telde Zandvoort in 2011 ruim 985.000 overnachtingen. Center Pars heeft met 60% van het aantal overnachtingen hierin het grootste aandeel. Het merendeel van de 900.000 overnachtingen heeft betrekking op de bungalows. Het NH hotel is goed voor een aandeel van bijna 10% van het aantal overnachtingen. In de registratie van de toeristenbelasting is voor de strandhuisjes uitgegaan van 104.000 overnachtingen per jaar. De 100.000 overnachtingen bij (overige) particulieren is samengesteld uit de vraag naar Bed and Breakfast, pensions en particuliere verhuur van volledige woningen en appartementen.

Grafiek 4.1 Verdeling overnachtingen in Zandvoort naar accommodatievorm (2011)



In grafiek 4.2 is de ontwikkeling van het aantal overnachtingen in Zandvoort in de afgelopen tien jaar aangegeven. Bij de interpretatie van de grafiek is het van belang te realiseren dat gebruik is gemaakt van verschillende cijfers. De ontwikkeling in Nederland, Noord-Holland en de Noordzeebadplaatsen is gebaseerd op CBS-gegevens (gebruik logiesaccommodaties). De ontwikkeling van Zandvoort is gebaseerd op overnachtinggegevens vanuit de toeristenbelasting.

Grafiek 4.2 Ontwikkeling aantal overnachtingen



Bron: CBS en Toeristenbelasting Zandvoort[7]

De ontwikkeling van het aantal overnachtingen laten landelijk en regionaal een stijgende lijn zien. Het patroon is grillig. Noord-Holland laat een beduidend grotere stijging zien dan het Nederlands gemiddelde. Het succes van Amsterdam als internationale verblijfsdestinatie speelt hierin een grote rol. De Noordzeebadplaatsen volgen het landelijk gemiddelde met enkele uitschieters naar boven. Zandvoort laat, in tegenstelling tot de andere gebieden, een opvallende dalende lijn zien in het aantal overnachtingen. Het is onduidelijk of deze afwijkende ontwikkeling veroorzaakt wordt door de andere brongegevens die zijn gehanteerd. Het lijkt niet waarschijnlijk dat dit verschil alleen hierdoor wordt verklaard. Derhalve mag geconcludeerd worden dat Zandvoort achterblijft bij de landelijke en regionale ontwikkelingen. Dit past in het beeld dat uit de interviews naar voren kwam.

Uit de ons bekende bronnen (zoals CBS) kunnen conclusies getrokken worden aangaande de overnachtingen voor verschillende sectoren in Nederland en Noord-Holland.

- De bungalowsector laat een stijgende lijn zien in het aantal overnachtingen, in Noord-Holland is de stijging groter dan het landelijk gemiddelde;
- De campingsector heeft na een korte stijging al jarenlang te kampen met een dalend aantal overnachtingen, ook in Noord-Holland, zij het dat daar het patroon meer grillig is;
- De hotelsector heeft de grootste stijging in aantal overnachtingen van alle sectoren. Aanvankelijk liepen de ontwikkelingen in Noord-Holland parallel met Nederland, de laatste jaren ligt Noord-Holland (in tegenstelling tot de Noordzeebadplaatsen) boven het landelijk gemiddelde. Amsterdam is echter een dominante en grote factor in de groei van hotelovernachtingen in de provincie.Een analyse zonder de overnachtingen van Amsterdam levert een veel gematigder groeibeeld op.

4.3 Doelgroepen

4.3.1 Huidige doelgroepen

Naar schatting 70% van de toeristen is Duits. Gemiddeld genomen blijven zij langer dan de Nederlanders. De Duitse toeristen zijn met name gericht op het hoogseizoen en schoolvakanties. Het is een trouwe bezoekersgroep. Belangrijk bezoekmotief is het strandbezoek, waarbij ook het centrum van Zandvoort wordt bezocht. De dorpskern is echter niet het primaire bezoekmotief. Zij combineren een vakantie in Zandvoort met fietsen in de omgeving en een bezoek aan bijvoorbeeld Amsterdam.

[7] Overnachtinggegevens voor Zandvoort in 2007 zijn onbekend, het gemiddelde over 2006 en 2008 is aangenomen.

Naast voorgaande algemene omschrijving, die geldt voor een groot deel van de verblijfsrecreanten in Zandvoort, kan onder de huidige bezoekers een aantal (kleinere dan wel grotere) nichedoelgroepen cq. product-markt combinaties worden onderscheiden:

- **Zakelijke groepen**: verblijven voor een kort verblijf in één van de grote hotels van Zandvoort (NH en Center Parcs). Jaarrond bezoek, relatief weinig in de weekenden en de zomervakanties. Combinatie met vergaderfaciliteiten.
- **Toeristische hotelgasten**: individuele toeristen die gedurende het jaar (met piek in het hoogseizoen) voor een korte periode verblijven in één van de vele Zandvoortse hotels of pensions.
- **Jongeren**: kort verblijf op camping, afkomstig uit Duitsland en Nederland, sterk weersafhankelijk en seizoensgevoelig.
- **Evenementenbezoekers**: gekoppeld aan evenementen en activiteiten op het Circuit Park Zandvoort, KLM Open etc., verblijven bezoekers verspreid over het jaar voor een korte periode in één van de Zandvoortse logiesaccommodatie. Een groot aantal overnacht ook buiten de gemeentegrenzen.

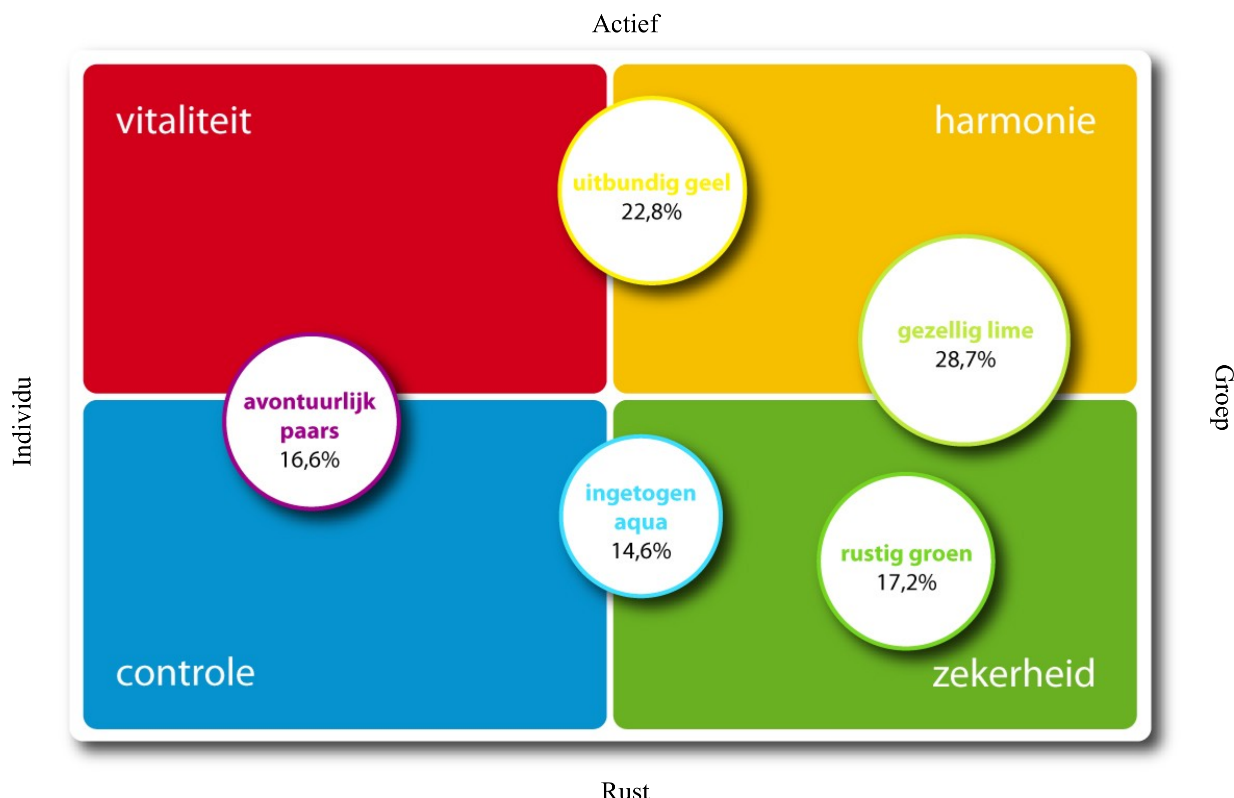
4.3.2 Typering leefstijl

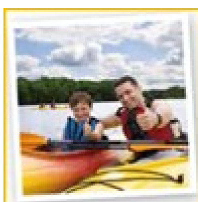
In aanvulling op voorgaande omschrijving van doelgroepen vormt de leefstijlatlas een handige indeling voor het typeren van toeristen. De atlas is mede op initiatief van RECRON ontwikkeld en wordt in de vrijetijdssector veel gebruikt bij doelgroepensegmentering. De atlas beschrijft vijf verblijfsrecreantenprofielen en gaat in op de verschillen en overeenkomsten tussen die profielen. De profielen zijn opgesteld op basis van de behoeften en interesses met betrekking tot vakantie. Hierbij is gebruik gemaakt van het BSR® model van onderzoeksbureau The Smart Agent Company. Het BSR® model bestaat uit twee dimensies waarmee het consumentengedrag voor een belangrijk deel wordt verklaard, de sociologische en de psychologisch dimensie:

- De sociologische dimensie (horizontale as) geeft aan in welke mate men op zichzelf (individu of ego) of op zijn omgeving (groep) is gericht. Mensen aan de egokant zijn meer individualistisch en stellen hun eigen doelen en recreatieactiviteit centraal. Mensen aan de groepkant stellen het gezelschap centraal.
- Met de psychologische dimensie (de verticale as) wordt onderscheid gemaakt tussen een meer extraverte of open houding (vakantie is actief, jezelf uitleven) en een meer introverte of gesloten houding (vakantie is ontspanning, tot rust komen).

De dimensies worden in het model tegen elkaar uitgezet zodat vier kwadranten worden onderscheiden (zie figuur 4.2). Binnen deze vier kwadranten zijn vijf clusters van verblijfsrecreanten onderscheiden: de leefstijlsegmenten.

Figuur 4.2 Leefstijlsegmenten (percentage Nederlandse bevolking)





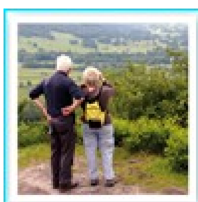
Uitbundig geel (23%)
'Uitbundig geel' is de spontane, gezellige en sociale groep. Het is de groep echte vakantiegangers. Een vakantie hoeft niet zo extreem te zijn, als het maar actief, sportief, gezellig en verrassend is. Lekker eten is belangrijk. Contact met anderen - familie, vrienden, kennissen - is gewenst en leuk.



Gezellig lime (29%)
'Gezellig lime' houdt net als geel ook van gezelligheid en sportiviteit, maar het mag allemaal een tikkeltje rustiger en het hoeft ook allemaal niet zo lang. Het gezin is belangrijk. Vakantie is vrij zijn, rust en ontspanning, even weg van de dagelijkse verplichtingen en dan gezellig met het gezin iets leuks doen. De 'gezellig lime' groep let meer op de kosten.



Rustig groen (17%)
Vakantie is voor deze groep vooral een kwestie van doen waar men zin in heeft, zowel actief zijn als rust nemen, even niets aan het hoofd hebben. De consument uit de groene wereld heeft geen bijzondere wensen, zoekt vooral ook een vertrouwde en 'veilige' omgeving. In eigen land is veel moois te zien en te ontdekken.



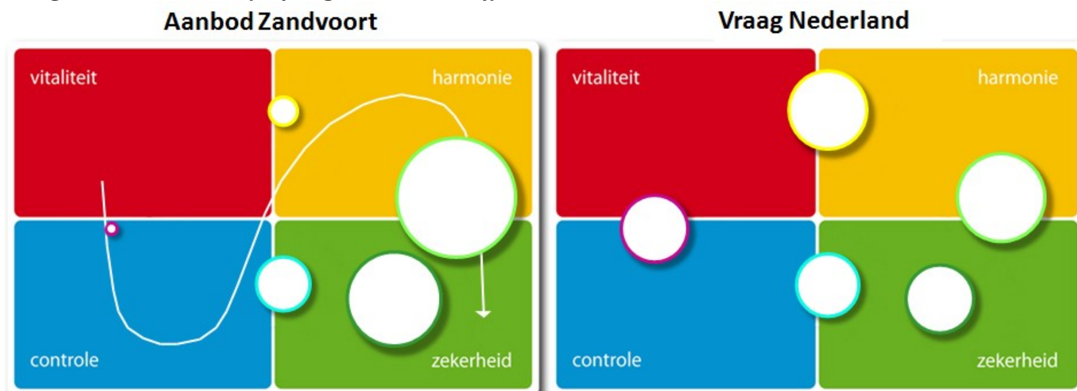
Ingetogen aqua (15%)
Vakantiegangers in het segment aqua kunnen als rustig en ruimdenkend worden getypeerd. In deze belevingswereld zijn veel empty nesters, die weer tijd hebben voor hun hobby's en interesses. Inspirerende maar rustige en actieve vrijetijdsactiviteiten horen daar bij. Cultuur en (kalme) sportieve mogelijkheden - wandelen, fietsen, nordic walking - worden gewaardeerd.



Avontuurlijk paars (16%)
'Avontuurlijk paars' is de wereld van mensen die graag iets nieuws willen beleven of ontdekken in hun vakantie. Gewoon is niet goed genoeg. Ze gaan op zoek naar bijzondere ervaringen. Dat mag een tikje wild zijn maar het bijzondere kan 'm ook zitten in het beleven van luxe en exclusiviteit.

Van de grotere (clusters van) verblijfaccommodaties is een analyse gemaakt van welke leefstijlsegmenten zij voornamelijk aantrekken. Deze analyse is uitgevoerd op basis van analyse van de website, enkele interviews en verkenning van het product. In figuur 4.3 is globaal aangegeven wat de positie is van de accommodaties in de gemeente Zandvoort. De grootte van de cirkel geeft de relatieve omvang van het segment aan. Bij het aanbod is een standaard verloop van de productlifecycle weergegeven.

Figuur 4.3 Leefstijlsegmenten Verblijfsaccommodaties Zandvoort



Op basis van deze analyse kunnen de volgende conclusies worden getrokken:
- Het aanbod in de gemeente heeft overwegend een aantrekkingskracht op de segmenten Gezellig Lime en Rustig Groen.
- Enkele accommodaties hebben een aantrekkingskracht op de segmenten Avontuurlijk Paars en Uitbundig Geel.
- De accommodaties hebben in beperkte mate een aantrekkingskracht op het segment Ingetogen Aqua.
- De segmenten Rustig Groen en (in mindere mate) Gezellig Lime bevinden zich veelal in een vergevorderd stadium van de productlifecycle: eenzijdig richten op deze segmenten zonder voldoende oog te hebben voor productontwikkeling kan leiden tot een proces van downgrading van het product.

Wanneer het aanbod aan verblijfstoerisme in Zandvoort geconfronteerd wordt met de landelijke vraag naar verblijfstoerisme, valt op dat het aanbod in Zandvoort zich relatief sterk richt op de segmenten Gezellig Lime en Rustig Groen (cirkels aanbod zijn groter dan cirkels vraag). Het aanbod aan Avontuurlijk Paars en Uitbundig Geel is relatief fors kleiner dan je op basis van de vraag zou mogen verwachten. Hier liggen zeker groeipotenties voor Zandvoort omdat het aanbod aan dagrecreatie (vaak de basis voor de ontwikkeling van verblijfsrecreatie) wel voor een belangrijk deel aantrekkingskracht uitoefent op de segmenten Uitbundig Geel en Avontuurlijk Paars.

4.4 Conclusies

- De bungalowsector is de belangrijkste sector qua aantal overnachtingen.
- Het aantal overnachtingen is in Zandvoort de afgelopen tien jaar gedaald, daar waar andere regio's een (kleine) stijging laten zien.
- Landelijk is in de hotel- en bungalowsector het aantal overnachtingen in de afgelopen tien jaar toegenomen, in de kampeersector is sprake van een daling.
- De accommodaties in Zandvoort trekken met name de leefstijlsegmenten Gezellig Lime en Rustig Groen aan. Ten opzichte van de landelijke vraag is dit aanbod oververtegenwoordigd.
- De accommodaties in de gemeente zijn met name gericht op een brede doelgroep. Er zijn relatief weinig accommodaties die zich specifiek richten op marktniches en specifieke doelgroepen (bijvoorbeeld themahotels).

5 Beleid, trends en ontwikkelingen

5.1 Inleiding

In de voorgaande hoofdstukken is het aanbod van en de vraag naar verblijfstoerisme uitgediept. Daar waar relevant is met behulp van cijfers teruggekeken naar ontwikkelingen die zich hebben voorgedaan. In dit hoofdstuk wordt vooruit gekeken en wordt een kwalitatieve beschrijving gegeven van de trends die worden gesignaleerd en de ontwikkelingen die worden verwacht. Eerst gaan wij daarbij in op algemene ontwikkelingen aan de kust. Daarbij komen ook ontwikkelingen in beleid aan de orde. Vervolgens zoomen wij in op consumententrends en verwachte ontwikkelingen in vraag en aanbod per sector. In bijlage 1 is een overzicht opgenomen van nieuwe bezoekmotieven van consumenten.

5.2 Algemene ontwikkelingen

5.2.1 Beleid

Structuurvisie Noord-Holland 2040

De provincie zet op het gebied van toerisme en recreatie in op voldoende en gedifferentieerde ruimte voor recreatieve en toeristische voorzieningen. Binnen bestaand bebouwd gebied worden ontwikkelingen op het gebied van toeristische en recreatieve voorzieningen toegestaan,mits er geen negatieve effecten zijn op de te beschermen natuurwaarden of deze negatieve effecten dienen gecompenseerd te worden. Bij het al dan niet toestaan van ontwikkelingen buiten bestaand bebouwd gebied wordt door de provincie een afweging gemaakt van nut en noodzaak. De provincie stuurt aan op binnenstedelijke oplossingen om de groeiende vraag naar overnachtingen op te vangen. De provincie zet in op het verlengen van het toeristisch seizoen en een verbreding van het toeristisch product aan de kust. Er is 60 hectare nodig voor het herontwikkelen van kampeerterreinen in het noorden van de provincie, 100 hectare voor bungalowparken en 6000 hotelkamers in de metropoolregio Amsterdam. Integrale ontwikkeling moet de (ruimtelijke) kwaliteit verbeteren en de identiteit van de badplaatsen versterken zodat zij kunnen blijven concurreren met andere toeristengebieden.

Actieplan toerisme en recreatie Zuid-Kennemerland

Het Actieplan Toerisme en Tecreatie Zuid-Kennemerland is opgesteld door het Regionaal Economisch Overleg (REO). Het doel is de regio mee te laten profiteren van de economische effecten van recreatie en toerisme. De focus ligt op het verbeteren van de software. Diverse acties op het gebied van communicatie, informatie en promotie zijn voorgesteld.

Actualisatie hotelbeleid Metropool Regio Amsterdam

In de actualisatie van het hotelbeleid wordt als doel gesteld de Top 10 positie van de regio te versterken. Een regionaal MRA breed hotel-, toerisme- en leisurebeleid is daarvoor noodzakelijk. In deze regio is de ambitie om tot 2020, 9.400 nieuwe hotelkamers te realiseren. Voor de regio Haarlem-IJmond betekent dit een realisatie van 350 kamers. Nieuwe accommodatievormen en verbreding van de markt zijn daarbij noodzakelijk. Hiervoor vindt regionale afstemming plaats. Over het algemeen kan gesteld worden dat maar beperkt wordt ingegaan op de specifieke kansen voor Zandvoort.

Zandvoort, Parel aan zee +

De gemeente heeft in 2010 het rapport Zandvoort, Parel aan zee+ opgesteld met daarin de Structuurvisie 2025 en de Toekomstvisie 2040. Het beleid is gericht op het verbeteren van de kwaliteit van het toeristische product.

Ingezet wordt op de vernieuwing van het verouderde toeristische product en op verbreding van het aanbod voor de jaarrondtoerist. De gemeente heeft onder andere de volgende speerpunten:

- Samenwerking tussen ondernemers, gemeenten en VVV in het promoten van het toeristisch product ‘Zandvoort aan zee’.
- Organiseren van evenementen, zowel grootschalig (strand en circuit) als kleinschalig waarbij authenticiteit belangrijk is.
- Faciliteren van uitbreiding van het aanbod in verblijfstoerisme.
- Realiseren van een ‘Duinpoort’ bij de rotonde Nieuw Unicum. De Duinpoort omvat onder meer een bezoekerscentrum. De Duinpoort biedt toegang tot Nationaal Park Zuid-Kennemerland en de Amsterdamse Waterleidingduinen.
- Bewoners mee laten profiteren van georganiseerde activiteiten en van het hoge voorzieningsniveau dat aanwezig is door het toerisme.
- Indien kustontwikkeling plaatsvindt, gebruikt Zandvoort dit voor het ontwikkelen van ondergronds parkeren, het herinrichten van de boulevard, de verweving van de boulevard en duinen, het realiseren van recreatieve routes in de duinen en een breder strand.

Nationaal Waterplan 2009-2015

Het Nationaal Waterplan 2009-2015 van de Rijksoverheid dient om de bescherming van Nederland tegen overstroming vanuit zee te waarborgen. Toerisme en recreatie hebben daarin geen hoge prioriteit. Nieuwe ontwikkelingsplannen aan de kust worden beoordeeld met het ‘ja mits’ principe in bestaand bebouwd gebied en het ‘nee tenzij’ principe in onbebouwd gebied. ‘Ja mits’ houdt in dat ruimtelijke ontwikkelingen getoetst worden aan de veiligheid van de kust op lange termijn, de zandige ontwikkeling van de kust, de vrije horizon en aan andere wettelijke kaders, hoofdzakelijk natuurwetgeving. ‘Nee tenzij’ houdt in dat het bevoegd gezag medewerking kan verlenen aan bepaalde ingrepen, zoals tijdelijke activiteiten en voorzieningen van openbaar belang.

Figuur 5.1 Contour Binnen bebouwd gebied



Bron: Zandvoort bestemmingsplan Strand en Duin 2007

Conclusie

De ontwikkelingsplannen, zoals genoemd in hoofdstuk drie, vallen binnen de doelen en visies van het Waterplan 2009-2015 en de Structuurvisie Noord-Holland 2040 zolang deze binnen het bebouwd gebied zijn gepland. Deze plannen verhogen daarnaast ook de kwaliteit van het toeristisch product en de identiteit van Zandvoort wat aanvullende eisen zijn vanuit de provincie.

Een kans die Zandvoort beter kan benutten, is het integraal aanpakken van ontwikkelingen op het gebied van verblijfstoerisme en daarbuiten. Integrale gebiedsontwikkeling past ook goed binnen de visie van de provincie Noord-Holland.

5.2.2 Ontwikkelingen aan de kust

- Innovatie van accommodaties en publieke ruimten: actie is noodzakelijk

Veel badplaatsen realiseren zich dat de consument steeds kritischer wordt en hogere eisen stelt aan zowel korte als langere vakanties. De concurrentie tussen Nederlandse, Duitse en Belgische kustbestemmingen is groot. Veel kustplaatsen realiseren zich dat verouderde faciliteiten en een achteruitlopend imago onverbiddelijk gasten gaat kosten. Er wordt daarom door veel kustgemeenten op proactieve wijze geïnvesteerd in het fysieke toeristische product. Ook het bedrijfsleven doet mee, zoals te zien is in de toenemende kwaliteit van nieuwe hotels, luxere bungalowparken en natuurlijk de hoge kwaliteit van strandpaviljoens langs de Nederlandse kust. De komende jaren zal een golf van investeringen in zowel openbare ruimte als accommodaties langs de Nederlandse kust plaatsvinden. Den Haag lijkt hierin het voortouw te nemen.

- Eco XXI: duurzaamheid is de norm aan de kust

Langs de kust zien wij een ontwikkeling richting duurzaamheid. Kustplaatsen die zich inspannen voor duurzaam (toerisme) kunnen in aanmerking komen voor het keurmerk Eco XXI. Het doel hiervan is een wereldwijd netwerk van kustplaatsen opbouwen die toerisme baseren op het eigen karakter van de kustplaats en haar omgeving (authenticiteit). Ook wordt gekeken naar de kwaliteit van het zwemwater en milieukenmerken van toeristenaccommodaties. Op accommodatieniveau is de Green Key voor hotels inmiddels voor professionele 3-sterren hotels en hoger de norm geworden.

- Evenementen stuwen jaarrond vraag

Kustplaatsen willen ook buiten het voor- en naseizoen een trekpleister zijn en investeren daarom steeds meer in nazomer- en jaarrond toerisme. De middelen die kustplaatsen het meeste inzetten om extra bezoekers aan te trekken in het naseizoen zijn exposities (cultuur) en evenementen. Voorbeelden hiervan zijn: Noordwijk: kerstdorp aan zee (compleet met intocht kerstman), Zeeuwse gemeenten: Zeeland Nazomerfestival (theater) en Castricum: mountainbikeraces, beachcross. Bovendien zijn buiten de zomermaanden wandelen (uitwaaien) en sporten (hardlopen, kitesurfen e.d.) bezoekmotieven. Ook activiteiten van jaarrond operationele strandpaviljoens zorgen voor bezoekmotieven om naar het strand te gaan. Zandvoort doet flink mee aan deze trend met een volle evenementen kalender met o.a. Winterwonderland, Kunstkracht 12, Zandsculpturenfestival, etc.

- Strandpaviljoens maken het waar

De constant gestegen kwaliteit van strandpaviljoens (accommodatie en dienstverlening) is een opvallende trend aan de kust. Strandpaviljoens zijn een bestemming op zich geworden en zijn er in geslaagd om, naast traditionele activiteiten als dagelijkse horeca en strandstoelenverhuur, een verbreding aan te brengen in doelgroepen en activiteiten. Strandpaviljoens zijn steeds meer in trek bij groepen (zakelijk of familie/vrienden). Een huwelijk op het strand kan bijvoorbeeld een prachtige beleving zijn. Tevens organiseren strandpaviljoens steeds meer activiteiten en zijn ze een locatie voor evenementen, bijvoorbeeld in sportieve zin of muziek- en dansfestivals.

- Kustbescherming op de agenda

Klimaatverandering en zeespiegelstijging maken dat de bescherming tegen het zeewater de agenda beheerst. Voor diverse plaatsen langs de kust worden plannen gemaakt om de kustverdediging te versterken. Afhankelijk van de concretisering van de plannen kan dit een stimulerende of conserverende werking hebben op de recreatiesector.

Conclusie

Onder invloed van concurrentie en andere beleidsvelden (bijvoorbeeld kustbescherming) is het wenselijk dat toerisme langs de kust in ontwikkeling komt. Vanuit dagtoerisme (evenementen, strandpaviljoens) zijn hierop belangrijke stappen gezet. Verblijfstoerisme kan en moet hierop inspelen.

5.3 Consumententrends

- Nederland (en Duitsland) vergrijst

Naar verwachting is in 2035 ongeveer 25% van de Nederlandse bevolking 65 jaar of ouder. Deze senior heeft relatief veel tijd en geld en een goede gezondheid. In zijn vrije tijd is hij graag actief bezig. Bij de actieve senior staat service en comfort voorop. Zorg wordt belangrijker.

- De Duitse toerist blijft in toenemende mate komen

In de afgelopen jaren is het inkomend toerisme uit Duitsland verder gegroeid. Ook de kust als bestemming en Amsterdam als stad worden in toenemende mate bezocht. Authenticiteit, duurzaamheid en een goede prijs/kwaliteitverhouding zijn belangrijk. Vooral korte vakanties zijn groeisegmenten, kwaliteit van verblijfsaccommodaties aan de kust is hierbij wel een bedreiging.

- Luxe, comfort en kwaliteit

De eisen die worden gesteld aan vakantieaccommodaties worden steeds hoger. Het voorzieningenniveau dat men thuis heeft, moet minimaal aangeboden worden, het liefst overtroffen. Ook het gastheerschap, persoonlijke aandacht en bijzondere ervaringen staan hoog in het vaandel. Bijzonder aanbod genereert nieuwe vraag.

- De wereld wordt steeds kleiner: de concurrentie neemt toe

De moderne mens kijkt steeds meer ook over de landsgrenzen heen, ook voor een vakantie. Dit houdt in dat Nederlandse bestemmingen steeds meer de concurrentie met buitenlandse bestemmingen aan moeten gaan, maar ook dat het buitenland steeds meer als potentieel afzetgebied gezien mag worden.

- Economische crisis

De economische recessie zorgt ervoor dat de Nederlander terughoudender is geworden op het gebied van recreatie en vakantie. We zien dat mensen minder snel geneigd zijn op vakantie te gaan. Ook wordt er bezuinigd op de reis door minder vaak en minder ver te reizen. Mensen denken er eerder over om in eigen land op vakantie te gaan, hoewel nog niet met cijfers is te staven of ze dit ook daadwerkelijk doen. De economische recessie heeft ook gevolgen voor de bestedingen in de horeca. Dit merken vooral het hogere segment en de horeca gericht op de zakelijke markt.

- Grenzen tussen sectoren vervagen

Grenzen binnen de recreatiesector (verblijf en dag) en met andere sectoren (wonen, werk, zorg etc.) vervagen. Voor de hotelsector gold al dat de zakelijke markt een belangrijke doelgroep is. Ook voor andere accommodatievormen worden niet-vakantie motieven steeds belangrijker (tijdelijke woning of verzorging). Steeds meer verblijfsaccommodaties bieden mogelijkheden voor dagtoerisme aan en vice versa. Ook binnen de verblijfssector zien we in toenemende mate een verweving van verschillende producten. Campings worden “hotels in het gras”, hotels bieden selfcatering units aan en trekkershutten transformeren tot comforthutten.

- ICT en technologische ontwikkelingen

De ontwikkeling van allerlei nieuwe technologieën heeft ook zijn invloed bij toerisme en recreatie. Bijvoorbeeld het bieden van informatie, het boeken van vakanties en de activiteiten die ondernomen worden. Internet, mobiele telefonie en social media hebben het laatste decennium hun intrede gedaan en bieden kansen voor nieuwe innovatieve producten en informatievoorziening daarover.

Conclusie

Voor Zandvoort betekenen voorgaande trends dat ook in de toekomst sprake is van een stabiele tot licht groeiende markt die volop kansen biedt. Maatwerk, creativiteit, ondernemerschap en “buiten de kaders denken” is geboden om de kansen te verzilveren. Met doen wat je altijd deed, krijg je niet langer wat je altijd kreeg. Technische en sociale ontwikkelingen maken dat de consument zich kritischer gaat opstellen.

5.4 Kampeer- en bungalowsector

- Kampeervakanties: vraag gedaald, aanbod gestegen

Landelijk is al een decennium sprake van een daling in het aantal kampeervakanties. Gelijktijdig was sprake van een groei in het aanbod. Een groot deel van deze groei komt voor rekening van kamperen bij de boer en minicampings. Dit leidt tot verzadiging, lagere bezettingsgraden en overaanbod. Aan de kust is deze trend nog minder duidelijk te signaleren. Wel is het zo dat accommodaties minder gemakkelijk volgeboekt raken en dat men steeds later boekt.

- Bungalowvakanties: aanbod sneller gestegen dan de vraag

Ook het aanbod aan vakantiebungalows is in het afgelopen decennium gestegen. Enerzijds doordat campings hun standplaatsen hebben omgezet naar/uitgebreid met bungalows. anderzijds doordat nieuwe accommodaties zijn ontstaan. Niet zelden in combinatie met tweede woning(gebruik). Deze ontwikkeling van het aanbod overtreft de groei in de vraag naar bungalows. Hierdoor staat de bezettingsgraad onder druk.

- Prijzen staan onder druk

Door (over)aanbod in de kampeer- en bungalowsector staan de prijzen onder druk. Ook voor de hotelsector geldt dat concurreren op prijs steeds belangrijker wordt. De opkomst van internet, reserveringssites (zoals booking.com) en bedrijven als Groupon zijn hier mede debet aan. Hierdoor kan de investeringscapaciteit van bedrijven onder druk komen te staan.

- Kwaliteitsverbetering

Aan de aanbodkant voor campings is de belangrijkste trend de noodzaak om de inkomsten per vierkante meter te verhogen en het seizoen te verlengen. De seizoensgerichte campingmarkt is vaak een moeilijke peiler om een bedrijf op te bouwen. Veel campings hebben de afgelopen jaren het aandeel vaste huisjes / bungalows op hun terrein uitgebreid. Aan de vraagkant is de algemene trend naar meer ruimte, luxe en privacy bij zowel campings als bungalowparken al jaren actueel. Campings spelen hier op in door ruimere plekken te bieden en door te investeren in betere douche- en toiletgebouwen. Bij bungalows uit deze trend zich in keuzevrijheid in het type bungalow, waarbij luxe inrichting zoals grote TV schermen en sauna's belangrijke items zijn geworden.

Conclusie

Voor Zandvoort betekenen voorgaande trends dat in de toekomst nauwelijks sprake is van een vraag naar extra capaciteit. Betere benutting van de bestaande kwaliteit door middel van seizoensverlenging is een uitdaging. Ook zullen bedrijven mee moeten gaan in de hogere consumenteneisen ten aanzien van kwaliteit. Dat kan consequenties hebben voor de uitbreiding van de accommodatie: meer ruimte nodig om evenveel capaciteit te bieden en/of meer capaciteit nodig om de hogere kwaliteitseisen bedrijfseconomisch rendabel aan te kunnen bieden.

5.5 Hotelsector

- Nieuwe bezoekmotieven en -momenten

Vanuit steeds meer verschillende motieven (niet alleen voor een zakelijk bezoek, congres of vakantie) en op steeds weer andere momenten gaat de consument in een hotel overnachten: korte vakanties (city trips), een familiefeest, om files te vermijden of in het kader van een bedrijfsincentive of tijdelijke werkplek. Een hotelovernachting wordt hierdoor steeds "gewoner", waardoor de vraag wordt gestimuleerd. Door deze ontwikkeling is de nationale markt naar verhouding belangrijker.

- Steeds meer transparantie in prijsvorming en opinies over hotels

Bij veel zelfstandige hotels verloopt tegenwoordig zo'n 25% tot 30% van de boekingen via sites als booking.com, hotels.nl en tripadvisor.com. Daardoor wordt de transparantie van de prijsvorming van een overnachting steeds helderder en staan langetermijnafspraken met zakelijke accounts onder druk. Bovendien moet door de toenemende macht van deze intermediairs een steeds groter deel van de kamerprijs aan deze partijen worden betaald.

- Schaalvergroting, ketenvorming en professionalisering

Een gemiddeld hotel heeft 37 kamers, de omvang zal de komende jaren verder stijgen door de toetreding van grotere hotels op de hotelmarkt. Meer dan de helft van alle hotels in Nederland heeft tegenwoordig één of andere vorm van ketenbinding. Veel zelfstandige hotels hebben zich de afgelopen jaren aangesloten bij franchise formules als Hampshire of Best Western. Het aandeel van de kamers in het 3- tot en met 5-sterrensegment bedraagt inmiddels circa 72%.

- Greenkey is standaard voor duurzaamheid en MVO

MVO (Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen) en met zorg omgaan met het milieu staat volop in de belangstelling bij hotelbedrijven. Green Key is het erkende internationale keurmerk voor bedrijven in de toerisme- en recreatiebranche die serieus en controleerbaar willen voldoen aan duurzaamheidscriteria. Van veel hotelketens in Nederland hebben alle hotels binnen de keten een Green Key certificaat laten halen.

- Opkomst van ‘lifestyle’ en andere bijzondere formules en concepten

Lifestyle hotels hebben het doel om te appelleren aan doelgroepen (zowel leisure als zakelijk) die zich aangesproken voelen tot trendy hotels met verrassend en bijzonder design. Lifestyle hotels zijn doorgaans moderne hotels met relatief weinig kamers. Er is aandacht voor architectuur, detail en het niet alledaagse. Voorbeelden in Nederland zijn het College Hotel en The Dylan in Amsterdam en Blooming Hotel in Bergen. De meeste lifestyle hotels zijn niet ketengebonden. Er is een trend waar te nemen van hotels die direct de aansluiting zoeken bij de bijzondere kenmerken in hun omgeving, om aan te sluiten bij de ‘couleur locale’. In Nederland is een goed voorbeeld het Inntel Zaandam, met haar nu al beroemde Zaanse huisjes gevel.

- Opkomst van bijzondere formules en concepten

Nieuwe formules en concepten in de hotellerie zijn internationaal een trend. Voorbeelden zijn casinohotels, healthhotels, congreshotels, golfhotels, zorg- en kraamhotels (al dan niet gekoppeld aan ziekenhuizen), flexhotels, sporthotels, stadionhotels, etc. In het rijtje nieuwe formules mag niet de opkomst van de ‘budget boutique’ ontbreken. Dit zijn hotels die geïnspireerd zijn op (kleine) Japanse appartementen en vliegtuigcabines. Innovatieve kameroplossing met gebruik van technologie en design worden gecombineerd in een relatief kleine kamer. Voorbeelden van dit soort nieuwe concepten zijn het Nederlandse Citizen M en Qbic en het Engelse Yotel.

Conclusie

De hotelsector is een branche die de afgelopen jaren steeds verder is geprofessionaliseerd. Nieuwe bezoekmotieven hebben gezorgd voor een constante groei van de markt. De combinatie van groei in afzetmogelijkheden en professionalisering heeft gezorgd voor de opkomst van nieuwe, bijzondere hotelformules. In Zandvoort is deze ontwikkeling nog in mindere mate zichtbaar. Hier ligt voor gemeente en bedrijfsleven nog een grote te benutten kans.

5.6 Particuliere verhuursector

- Bed & breakfast is hip

Bed & breakfast heeft haar stoffige imago definitief afgeschud. Nieuwe en hippe B&B’s duiken op met themakamers, designmeubels of luxe wellnessruimtes. Niet zelden in bijzondere panden (monument, woonboot, schoolgebouw). Sommige accommodaties combineren verblijf met een speciale bezigheid of hobby; bijvoorbeeld de mogelijkheid om kookworkshops te volgen of in een atelier te kunnen (leren) schilderen.

- Tweedeling in kwaliteitsverhouding

Bij de kleine B&B aanbieders is sprake van een tweedeling. Eén deel van de markt bedient de groeiende vraag naar hoge kwaliteit en comfort. Kamers ingericht met boxspringbedden, een luxe badkamer en gratis internet zijn concurrenten van luxe 4- en 5-sterren hotels, vaak tegen een veel lagere prijs. Het andere deel van de markt richt zich op budgetverblijf. De kwaliteit mag basis zijn als hiervoor maar een schappelijke prijs voor wordt betaald. Deze markt is nu al sterk vertegenwoordigd in Zandvoort.

- Persoonlijke service

De belangrijkste aantrekkingskracht van een bed & breakfast blijft de persoonlijke service. Hier hoort bijvoorbeeld een persoonlijke valet service bij om gasten op te halen van het station, of appelgebak bij aankomst. De gastvrouw of -heer kan goede tips geven over de omgeving en de historie van het pand waar de B&B (of pension) zich in bevindt.

- Particuliere verhuur in opkomst langs de kust

Professionele verhuurbedrijven die complete gemeubileerde woningen en appartementen verhuren zijn in opkomst. Dit komt door de combinatie van laagdrempeligheid van het internet en de aanwezige woning-voorraad (tweede huizen, huis te koop e.d.). Luxe en privacy zijn voordelen die dit type verblijf kan bieden. Een aantal plaatsen aan de kust, waaronder Zandvoort, heeft te maken met deze trend. Er wordt nog weinig gedaan om deze markt te reguleren.

Conclusie

Voor Zandvoort betekenen voorgaande trends dat de particuliere verhuursector zich in toenemende mate kan richten op een markt die extra waarde hecht aan persoonlijke gastvrijheid, comfort, luxe en specifieke beleving. Voor de budgetmarkt is het van belang te blijven voldoen aan de minimale kwaliteitseisen van de gast en aan de wet- en regelgeving. De professionele verhuurmarkt, de verhuur van complete gemeubileerde woningen en appartementen, is in opkomst.

6 SWOT-analyse

De SWOT-analyse is opgesteld op basis van de voorgaande vier hoofdstukken. De analyse is de verbinding naar het opstellen van de visie voor verblijfstoerisme in Zandvoort.

6.1 Sterke punten

Zandvoort

- De naamsbekendheid van Zandvoort is groot.
- De algemene waardering voor Zandvoort is goed, positieve uitschieter is het strand.
- Goede bereikbaarheid met de auto en vooral met het openbaar vervoer .
- De bekendheid van het Circuit Park Zandvoort.
- Recreatiemogelijkheden in een aantrekkelijk landschap met waardevolle duinnatuur.
- Zelfstandige en actieve VVV-organisatie.
- Zon, zee, strand zijn sterke troeven van Zandvoort

Verblijfstoerisme

- Sterk aanbod in de bungalowsector.
- Veel aanbieders verblijfstoerisme, brede keuze uit kleinschalige voorzieningen.
- De kust vormt overwegend het primaire bezoekmotief, het herhaalbezoek is hoog.

6.2 Zwakke punten

Zandvoort

- Op het gebied van marketing is de identiteit en positionering nog onvoldoende uitgewerkt.
- De boulevard heeft een zwakke uitstraling en is nauwelijks een gebied om te verpozen of te flaneren.
- De ruimtelijke kwaliteit van de zone boulevard – centrum (Badhuisplein) staat onder druk.
- Nauwelijks onderscheidend toeristisch-recreatief product, vooral bij minder weer zijn er weinig keuzemogelijkheden.
- Ondernemers werken nog weinig samen, het Ondernemers Platform Zandvoort is weinig bekend en zoekt nog naar een nieuwe invulling van haar rol.
- De natuurlijke omgeving van Zandvoort is nog amper bekend bij (potentiële) bezoekers.

Verblijfstoerisme

- Hoewel het totale aanbod in de periode 2007-2012 weer groeide, vertoont het aantal overnachtingen een dalende trend. Het gevolg hiervan is dat bezettingsgraden (in de breedte) zijn gedaald.
- De kwaliteit van de accommodaties is gemiddeld genomen laag.
- Beperkte innovatie en ontwikkeling in de sector.
- Groot deel van het aanbod wordt gerund door niet-bedrijfsmatig georganiseerde bedrijven.
- De verblijfsaccommodaties creëren nog onvoldoende onderscheidend vermogen en richten zich nauwelijks op nieuwe doelgroepen en marktniches.
- Sommige verblijfsaccommodaties worden matig gewaardeerd. De prijs/kwaliteitsverhouding van enkele verblijfsaccommodaties en van de horeca (algemeen) is matig.
- Slechts één hotel in Zandvoort heeft het Green Key duurzaamheidskeurmerk, terwijl in de rest van het land het aantal hotels en andere accommodaties met dit keurmerk snel stijgt.
- De gemeente is qua overnachtingen sterk afhankelijk van enkele bedrijven, één bedrijf (Center Parcs) is goed voor 60% van het aantal overnachtingen.

- De verblijfsaccommodaties hebben met name een aantrekkingskracht op de leefstijlsegmenten Gezellig Lime en Rustig Groen.

6.3 Kansen

Zandvoort

- Zandvoort kan kiezen. Zandvoort heeft verschillende doelgroepen die per accommodatie, seizoen en evenement verschillen.
- Jaarrond openstelling strandpaviljoens zorgt voor verlenging van het toeristisch seizoen.
- Evenementen (bijvoorbeeld samenhangend met het circuit) kunnen nieuwe bezoekmotieven betekenen, ook verspreid over het jaar.
- Integrale gebiedsontwikkeling waar de sector verblijfstoerisme onderdeel van uitmaakt.
- Het beter aan elkaar verbinden van de verschillende gebieden (bijvoorbeeld door bebording), waardoor gasten van Zandvoort de variëteit van de omgeving beter leren kennen.
- Ligging van Zandvoort ten opzichte van Haarlem, Amsterdam en de bollenvelden biedt aanknopingspunten voor jaarrondtoerisme, ook de toegankelijke natuur- en duingebieden kunnen zorgen voor verbreding van het product.

Verblijfstoerisme

- Door het creëren van nieuwe bezoekmotieven (evenementen, natuur, circuit, verweving met andere sectoren), ook gekoppeld aan seizoensverlenging, kunnen nieuwe verblijfsdoelgroepen naar de gemeente worden getrokken
- In de sector verblijfstoerisme is nog steeds sprake van een groei in het aantal overnachtingen. Dit geldt met name voor hotel-, groepsaccommodatie- en bungalowsector. Ook de Duitse markt groeit nog steeds.
- Toename in de vraag naar onderscheidende verblijfsaccommodaties. De geëigende manieren om onderscheidend te zijn is op basis van ligging, kwaliteit, service en gastheerschap. In toenemende mate is een onderscheidend concept, thematisering of doelgroep een manier waarop een hotel of andere accommodatie zich kan onderscheiden van het overige aanbod. Voor Zandvoort zou dit bijvoorbeeld vertaald kunnen worden naar kleinschalige concepten voor ecohotels, lifestyle en design hotels en accommodaties gericht nichedoelgroepen in de sport (bijvoorbeeld kitesurfen, blokarten en zeekanoën).

6.4 Bedreigingen

Zandvoort

- Andere kustplaatsen werken aan de kwaliteitsverbetering van het product. De concurrentieslag om de bezoeker wordt sterker.
- Verder teruglopende verblijfskwaliteit in het boulevardgebied.

Verblijfstoerisme

- Het gevaar van een spiraal van downgrading dreigt: het aantal overnachtingen neemt de laatste jaren af, de financiële mogelijkheden om te innoveren ontbreken terwijl de noodzaak groter wordt (dit geldt met name voor de kleine aanbieders).
- Landelijk afnemende vraag naar toeristisch kamperen, de Noordzeekust houdt nog redelijk stand.
- Een zorgwekkende ontwikkeling in Zandvoort is te vinden in de marktsynthese. Hoewel het totale aanbod in de periode 2007-2012 weer groeide, vertoont het aantal overnachtingen een dalende trend. Het gevolg hiervan is dat bezettingsgraden (in de breedte) zijn gedaald de afgelopen jaren.

7 Visie en toetsingskader toeristische verblijfsaccommodaties

7.1 Inleiding

In het voorgaande hoofdstuk 6 is de markt voor verblijfstoerisme in Zandvoort in kaart gebracht, waarmee een basis voor een visie is gelegd. In dit hoofdstuk 7 wordt eerst een samenvatting van de marktverkenning en de ambities van Zandvoort op het gebied van verblijfstoerisme besproken. Vervolgens wordt voor de onderscheiden sectoren van de toeristische verblijfsaccommodaties het toetsingskader aangegeven, op basis waarvan de gemeente aanvragen tot vestiging, uitbreiding of functieverandering van toeristische verblijfsaccommodaties beoordeelt. Per geval zal de gemeente afwegen of de betreffende ontwikkeling wenselijk is, op basis van de voorliggende, door de gemeenteraad vast te stellen nota "Versterking verblijfstoerisme: visie op verblijfsaccommodaties". Over het algemeen geldt dat alle accommodaties aan alle relevante bouwregelgeving moeten voldoen en dat accommodaties toeristenbelasting moeten afdragen.
Aan het slot van dit hoofdstuk 7 wordt verwezen naar het handhavingsbeleid van de gemeente en zijn enkele aanbevelingen opgenomen voor de gemeentelijke organisatie die kunnen bijdragen aan het bevorderen van de kwaliteit en toekomstbestendigheid van de Zandvoortse verblijfstoeristische sector.

7.2 Samenvatting verkenning

Belang van verblijfstoerisme
Het belang van verblijfstoerisme voor de economie en leefbaarheid van Zandvoort wordt in de beleidsvisies van verschillende overheden onderschreven. De verblijfstoerist geeft per dag vele malen meer uit dan de dagtoerist. Tegelijkertijd geven zij ook het signaal af dat het verblijftoeristisch product enigszins verouderd is en dat kwaliteitsverbetering noodzakelijk is. Dit blijkt ook uit onze vraag- en aanbodanalyse van verblijfsaccommodaties in Zandvoort. Het aantal logiesaccommodaties en de overnachtingcapaciteit bleven de afgelopen vijf jaar op peil, maar het totaal overnachtingen is in deze periode gedaald. De bezettingsgraden van sommige accommodaties staan daarom onder druk.

Kwaliteit accommodaties
De vraag- en aanbodanalyse maken ook duidelijk dat de kwaliteit van veel accommodaties onvoldoende aansluit bij de huidige vraag in de markt. Het merendeel van het aanbod bevindt zich in een vergevorderd stadium van de productlevenscyclus en is weinig onderscheidend. Te lang is er stilstand geweest in ontwikkeling van veel van de verblijfsproducten. Gelukkig nemen de grote hotels momenteel het initiatief om de kwaliteit te verbeteren.

Het zand glipt door de vingers
Vernieuwing is noodzakelijk om te kunnen voldoen aan de toekomstige vraag. De verblijfstoerist van de toekomst vraagt in toenemende mate om onderscheidende verblijfsaccommodaties. Het is daarom zonde als mooie projectplannen om een scala aan redenen blijven liggen.

Bevorderen van kwalitatief goede accommodaties
De geëigende manieren om onderscheidend te zijn, is op basis van ligging, kwaliteit, service en gastheerschap. In toenemende mate is een onderscheidend concept, thematisering of doelgroep de manier waarop een hotel of andere accommodatie zich kan onderscheiden van de concurrenten.

Concurrentiepositie en identiteit
Om meer te concurreren met andere toeristische bestemmingen langs de kust is het belangrijk dat Zandvoort meer laat zien waar het voor staat. Wat is de identiteit van Zandvoort, hoe draag je die uit en wat is

de koppeling met de verblijfsaccommodaties? Bij het invullen van de identiteit van Zandvoort moet de ontwikkeling van het dagtoeristisch product mede worden gezien vanuit het belang voor de sector verblijfstoerisme. Deze sector is, voor het optimaliseren van een bedrijfsvoering gebaat bij meer jaarrond toerisme. Dit betekent dat Zandvoort ook buiten zon, zee en zand bezoekmotieven moet aanbieden. Met haar duinenlandschap, circuit en ligging ten opzichte van Amsterdam, Haarlem en de bollenvelden heeft de gemeente daarvoor troeven in handen.

7.3 Ambitie en doelstelling

Het is de ambitie van Zandvoort om tot een versterking van het verblijfstoerisme te komen. Een groei van het aantal overnachtingen en daaraan gekoppeld vergroting van het economisch effect is hierbij het doel. De gemeente zet daarvoor in zijn algemeenheid in op vestiging, uitbreiding en vernieuwing van verblijfs-accommodaties.

De gemeente wil haar doelstellingen realiseren door vanuit de volgende invalshoeken het verblijfstoerisme te benaderen:

- Het creëren en uitdragen van een onderscheidende identiteit voor dag- en verblijfstoerisme, dit versterkt de mogelijkheden voor het verblijfstoeristisch product.
- Verlenging van het seizoen voor verblijfstoerisme op basis van nieuwe bezoekmotieven, gebaseerd op de identiteit, ook buiten het seizoen.
- Creëren van nieuwe productlevenscycli door productontwikkeling en innovaties (nieuwe leefstijlsegmenten kunnen hiermee worden bediend).
- Versterken van het doelgroepgericht denken, richten op marktniches en zo komen tot kwaliteitsverbetering van het product (de kwaliteit van het aanbod creëert in belangrijke mate zijn eigen vraag).
- Ontwikkelingen van verblijfsaccommodaties niet alleen vanuit de accommodatie aanvliegen, maar aansluiten op de ontwikkelingen en kansen uit andere sectoren en de omgeving (wat kan een verblijfs-accommodatie bijdragen aan haar omgeving en vice versa).
- Het versterken van de duurzaamheid van het toeristisch-recreatief product, onder meer in de bedrijfsvoering van de verblijfsaccommodaties.

In dit hoofdstuk geeft de gemeente aan welke keuzes zij maakt als uitwerking van de geformuleerde ambitie. Daarbij wordt een uitsplitsing naar accommodatievorm gedaan.

7.4 Beleidsaanbeveling hotelsector

7.4.1 Probleemverkenning

Kwaliteitsverbetering en capaciteitsuitbreiding van het hotelaanbod is gewenst. Vanuit de markt worden verschillende mogelijkheden gezien om tot een upgrading van het bestaande product te komen. Deze ontwikkeling heeft zowel betrekking op grootschalige ontwikkeling (zoals Palacegebied, Badhuisplein en Sportpool) als kleinschalige ontwikkelingen zoals uitbreiding van kleine bestaande hotels.

7.4.2 Visie

De ontwikkeling van de hotelsector is leidend in het gemeentelijke verblijfstoerisme beleid. Deze sector heeft het grootste bestedingseffect gecombineerd met een relatief beperkte ruimteclaim.

- Onder de bestaande hotels wordt ingezet op upgrading van het product.
- Grotere uitbreiding van de beddencapaciteit wordt door de gemeente voorgestaan. Vergeleken met de andere accommodatievormen kan hier de grootste ontwikkeling in het aanbod plaatsvinden.
- Uitbreiding van de kamercapaciteit wordt met name bereikt door nieuwe hotelaccommodaties.
- Er zijn absoluut mogelijkheden om het hotelaanbod in Zandvoort uit te breiden, zonder de bestaande markt veel aan te tasten. Zoals in hoofdstuk 4 al is omschreven gaat het dan met name om het aantrekken van nieuwe formules die zich richten op nieuwe doelgroepen; hotels die complementair zijn op de bestaande markt. De bestaande markt is vaak al een eind gevorderd in de product-life cycle en is gericht op groene en lime doelgroepen (volgens de Recron Innovatie Campagne, zie 4.3.2). Aanvullende doelgroepen waar Zandvoort zich op kan richten zijn de paarse, aqua en gele doelgroepen.
- Prioriteit moet dus worden gegeven aan projecten die bijdragen aan de kwaliteit van het totaalproduct en / of die een duidelijke aanvulling hier op zijn:

- hotels met een hoog ‘experience’ gehalte in een historisch of uniek pand, met een onderscheidend concept en een persoonlijk en hoogwaardig serviceniveau;
- hotels die een hiaat in het aanbod vormen, bijvoorbeeld een groter 3-sterren ketenhotel;
- accommodaties die een aanvulling op het bestaande aanbod vormen omdat ze gericht zijn op nichedoelgroepen of nieuwe doelgroepen aantrekken, bijvoorbeeld een luxe kleinschalig hotel met lifestyle of design elementen en bijzondere faciliteiten (zoals een kwaliteitsrestaurant, paarse doelgroep) een jeugdherberg gericht op jongeren (zoals Stayokay, gele doelgroep), een concept gericht op nichedoelgroepen die komen voor bijvoorbeeld sportiviteit (rode doelgroep) of een ecohotel op een bijzondere natuurlijke locatie gericht op bijvoorbeeld de aqua doelgroep.

7.4.3 Toetsingscriteria

De gemeente Zandvoort onderkent het belang van de hotelsector op haar grondgebied. De gemeente voert een stimulerend beleid en zal waar mogelijk medewerking verlenen aan verzoeken tot vestiging, uitbreiding dan wel functieverandering van panden c.q. percelen ten behoeve van hotels. In geval het betreffende verzoek niet binnen het bestemmingsplan past, zullen Burgemeester en Wethouders van Zandvoort c.q. de gemeenteraad van Zandvoort gebruik maken van hun bevoegdheid om af te wijken van het bestemmingsplan, indien aan de volgende voorwaarden wordt voldaan. Daarbij zijn 2 stappen te onderscheiden.

STAP 1: VOLDOEN AAN ECONOMISCHE CRITERIA HOTELSECTOR (zie tabel 1)

1. Doelgroep/segment

- De bestaande doelgroepen zijn overwegend Groen en Lime, zoals uitgelegd in hoofdstuk 4.3 van de voorliggende rapportage. Bij vergroting van de hotelcapaciteit gaat de voorkeur uit naar het bedienen van de doelgroep Paars, Geel en Aqua.

2. Kwaliteitsniveau

- Initiatieven voor vestiging van nieuwe hotels dienen bij voorkeur plaats te vinden in het segment 1 t/m 3 sterren of 5 sterren, dit omdat in het segment 4 sterren al veel aanbod is in Zandvoort. (als met de nieuwe ontwikkeling de kwaliteit wordt vergroot kan een 4 sterrenhotel neutraal scoren).

3. Concept / onderscheidend vermogen

- De voorkeur gaat uit naar nieuwe hotelconcepten met lifestyle of design elementen en bijzondere faciliteiten (zoals een kwaliteitsrestaurant), rondom Zandvoortse thema’s als actief en ontspanning.

4. Vraag / aanbod

- Uit marktverkenning blijkt dat er tot 2020 ruimte is voor vergroting van het aanbod tot 300 hotelkamers.

5. Green Key

- Nieuwe initiatieven die qua bedrijfsvoering handelen volgens het principe van duurzaamheid verdienen de voorkeur.

Tabel 1: Economische Criteria Hotels

Nr. Onderdeel	Beschrijving	Negatief	Neutraal	Positief
1. Doelgroep / segment	Bestaand = groen en lime Wens = paars, geel en aqua		Groen en lime	Paars, geel en aqua
2. Kwaliteitsniveau	Behoefte is diversificatie buiten 4-sterren (1,2, 3 en 5)		4-sterren	1-3 sterren 5-sterren
3. Concept / onderscheidend vermogen	wens= bjzondere concepten	zonder concept en thema	Zwak uitgewerkt concept	Bijzonder concept
4. Vraag / aanbod			Meer dan 80 kamers	Minder of gelijk aan 80 kamers (totaal maximaal 300 kamers tot en met 2020)
5. Green key			Nee	Ja

Het betreffende verzoek moet minstens 3 keer positief scoren op de genoemde economische criteria voor de hotelsector, zoals weergegeven in tabel 1 om door te gaan naar stap 2.

STAP 2: VOLDOEN AAN RUIMTELIJKE CRITERIA HOTELSECTOR (zie tabel 2)

- Er dient te worden voldaan aan de parkeereis opgenomen in het betreffende bestemmingsplan of indien daarmee in strijd, aan de Parkeernormennota zoals vastgesteld 9 oktober 2012, inwerking getreden op 19 oktober 2012 en dient een goede ruimtelijke onderbouwing door initiatiefnemer te worden

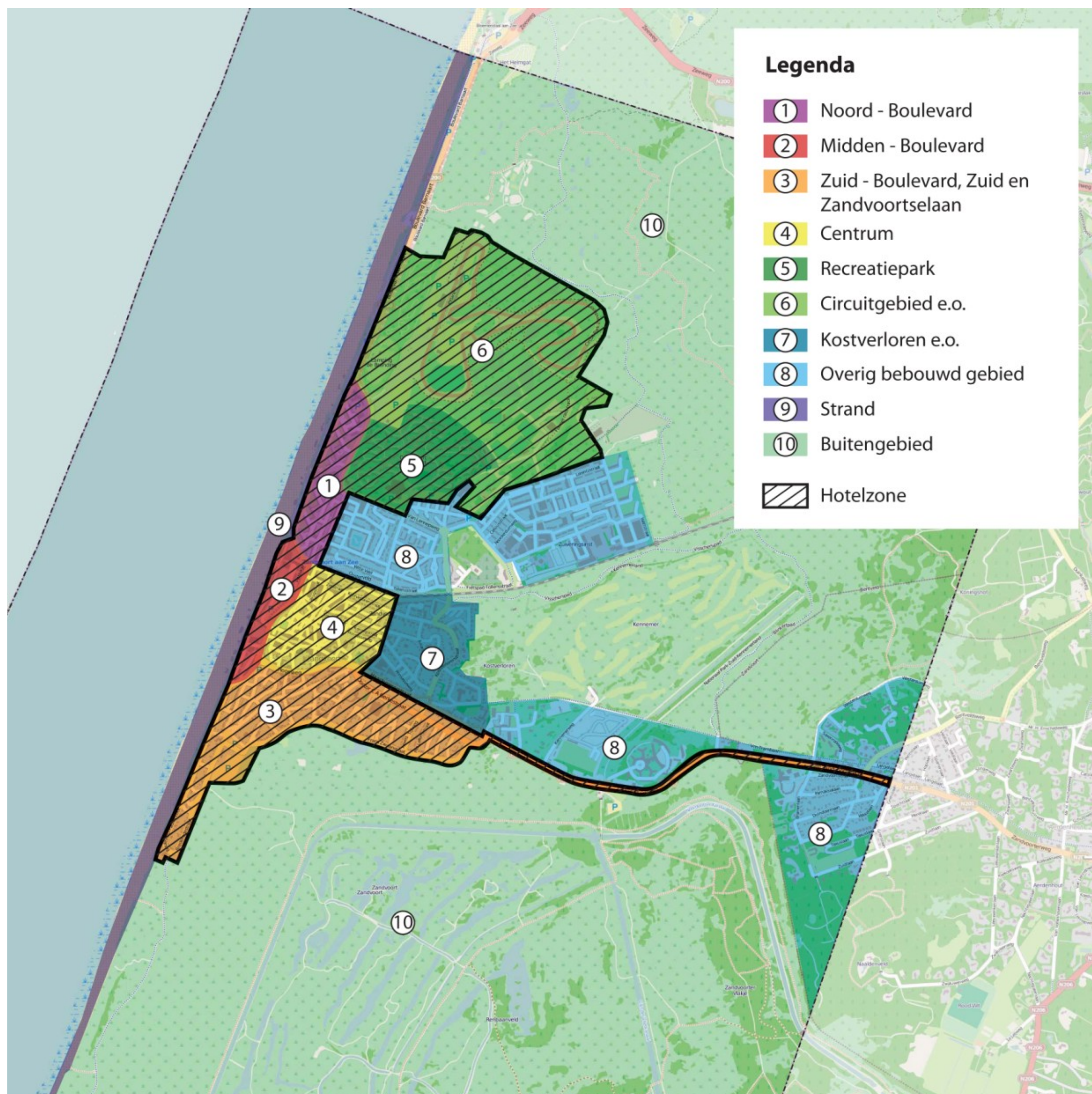
geleverd, waarin de motivering van verzoek tot vestiging en de effecten van deze vestiging op directe omgeving inzichtelijk zijn gemaakt. In geval sprake mocht zijn van eventuele knelpunten, dient te worden aangegeven, hoe deze opgelost worden, alvorens tot afwijken van het bestemmingsplan kan worden overgegaan.

- Sprake moet zijn van een hotel, waaronder wordt verstaan; een bedrijf met een commercieel oogmerk waar iemand tegen betaling voornamelijk toeristisch kan overnachten of onderdak vinden voor een kortdurend verblijf en waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse worden verstrekt. In deze accommodaties mogen ook drank en/of etenswaren worden verstrekt aan personen die niet overnachten in het pand. Voor de overige voorzieningen (denk aan beddengoed, etc) wordt de gast volledig verzorgd. Dit bedrijf moet als hotel zijn ingeschreven bij de Kamer van Koophandel en dient toeristenbelasting af te dragen.
- De initiatiefnemer dient tevens met de gemeente een planschadeovereenkomst te sluiten, waarbij eventuele planschade voor rekening komt voor initiatiefnemer.
- Wat betreft uitstraling dienen:
  - nieuwe hotels binnen het karakter van de directe omgeving en stijl van de bebouwing te passen, alsmede een bijdrage te leveren aan de kwaliteit van de omgeving;
  - de bebouwing en buitenruimte optimaal georiënteerd te zijn op de directe omgeving (met uitzicht en privacy) en een aantrekkelijke aansluiting op de openbare ruimte (toegang, terrassen, erfscheiding en tuininrichting).
- Wat betreft zonering (zie kaart hotels):
  - de voorkeurslocaties betreffen de gebieden 1 t/m 6, (zie ook legenda kaart hotels);
  - vestiging van nieuwe hotels in de gebieden 7, 8, 9 en 10 zijn minder gewenst.

Tabel 2: Ruimtelijke Criteria Hotels

Aspect	**Ja / nee**	**Afwijken indien**	**Maatregel**	**Medewerking verlenen**
Voldoet aan bestemmingsplan	Ja	N.v.t		Ja
	Nee	Minstens 3 x positief op economische criteria	N.v.t	Ja
Voldoet aan parkeren zoals opgenomen in het betreffende bestemmingsplan	Ja	Ja	N.v.t.	Ja
	Nee	Ja mits voldoet aan Parkeernormennota (vastgesteld 9 oktober 2012, inwerking 19 oktober 2012)	Alternatieve parkeeroplossing (in omgeving of shuttle)	Ja
Voldoet aan goede ruimtelijke onderbouwing (archeologie, bodem, natuur, overlast, externe veiligheid, akoestiek, stedenbouwkunidge inpassing e.d.)	Ja	Ja	N.v.t.	Ja
	Nee	Nee	N.v.t.	Nee
Planschade-overeenkomst, kosten voor initiatiefnemer	Ja	Ja	N.v.t.	Ja
	Nee	Nee	Nee	Nee
Zonering onderdeel van hotelzone (zie kaart)	Ja	Ja	N.v.t.	Ja
	Nee	Nee	Nee	Nee

Zoneringskaart hotelsector



7.5 Beleidsaanbeveling logiesverstrekking met meer dan 4 bedden

7.5.1 Probleemverkenning

In november 2009 is het Pensionbeleid Zandvoort inwerking getreden. Volgens dit beleid dient de eigenaar ook in het pension te wonen. Dit gebeurt niet altijd en woont de eigenaar al dan niet gedurende het seizoen in het bijgebouw. In de Burgemeester Engelbertstraat staan grote huizen die gebruikt worden als pension. Voor een aantal panden is dit strijdig met de vigerende (woon)bestemming. Een andere strijdigheid is de verhuur van pensions buiten het zomerseizoen aan seizoenarbeiders, dit geeft in een aantal gevallen overlast. Een aantal uitbaters voldoet nu niet aan de gestelde regelgeving (bijvoorbeeld Bouwbesluit en brandveiligheid). Handhaving op regelgeving en vergunning is niet altijd mogelijk (er is niet altijd een vergunning nodig).

7.5.2 Visie

De pensionsector is een kleine verblijfssector in termen van aantal overnachtingen. Het aanbod van kleine aanbieders is echter relatief groot en zichtbaar in de gemeente. De sector kan, samen met logiesverstrekking tot en met 4 bedden ingezet worden als één van de onderscheidende elementen van Zandvoort (laag-

drempelige bestemming). Mits voldoende kwaliteit wordt geleverd, kan de sector prima inspelen op de veranderende marktvraag. Hoewel het aanbod in de pensionsector Zandvoort al oververtegenwoordigd is in vergelijking met andere badplaatsen, is selectieve groei en investeringen in deze sector een positieve impuls voor de verblijfsrecreatieve sector als geheel. Het draagt bij aan het imago van Zandvoort als gezellige en laagdrempelige strandbestemming.
Deze kleinschalige particuliere verhuursector is voor de toekomst een kansrijk product. Het biedt de mogelijkheid persoonlijke kwaliteit en eigen formules aan te bieden. Zandvoort zet in op behoud van de ontwikkelingsmogelijkheden van deze sector. De benaming voor de toetsingscriteria is logiesverstrekking met meer dan 4 bedden, aangezien men zich ook nog wel eens B&B, etc wil noemen.

7.5.3 Toetsingscriteria

De gemeente Zandvoort onderkent het belang van deze sector op haar grondgebied. De gemeente voert een stimulerend beleid en zal waar mogelijk medewerking verlenen aan verzoeken tot vestiging van logiesverstrekkers met meer dan 4 bedden. In geval het betreffende verzoek niet binnen het bestemmingsplan past, zullen Burgemeester en Wethouders van Zandvoort gebruik maken van hun bevoegdheid om af te wijken van het bestemmingsplan, indien aan de volgende voorwaarden wordt voldaan. Daarbij zijn 2 stappen te onderscheiden.

STAP 1: VOLDOEN AAN ECONOMISCHE CRITERIA LOGIESVERSTREKKING MET MEER DAN 4 BEDDEN (zie tabel 1)

1. Doelgroep/segment
- De bestaande doelgroepen zijn overwegend Groen en Lime. Bij vergroting van de logiescapaciteit gaat de voorkeur uit naar het bedienen van de doelgroep Paars, Geel en Aqua.

2. Kwaliteitsniveau
- Voor deze sector is een kwaliteitsimpuls gewenst (comfort, gastvrijheid e.d.). Initiatieven voor vestiging van nieuwe logiesverstrekkers met meer dan 4 bedden die kunnen aantonen dat ze bijdragen aan een kwaliteitsverbetering scoren hoger in de beoordeling.

3. Concept / onderscheidend vermogen
- De voorkeur gaat uit naar nieuwe concepten die zich kunnen onderscheiden van de bestaande logiesverstrekkers met meer dan 4 bedden.

4. Vraag / aanbod
- Initiatieven vanuit de markt zullen het aanbod van de logiesverstrekkers met meer dan 4 bedden in Zandvoort bepalen. De gemeente legt zich daarom niet op een taakstellende omvang.

5. Green key
- Nieuwe initiatieven die qua bedrijfsvoering handelen volgens het principe van duurzaamheid verdienen de voorkeur.

Tabel 1: Economische Criteria Logiesverstrekking met meer dan 4 bedden

Nr. Onderdeel	Beschrijving	Negatief	Neutraal	Positief
1. Doelgroep / segment	Bestaand = groen en lime Wens = paars, geel en aqua			Paars, geel en Aqua
2. Kwaliteitsniveau	Behoefte is kwaliteitsimpuls		Matige kwaliteit	Goede kwaliteit
3. Concept / onderscheidend vermogen	Wens= kwaliteit		Geen concept	Bijzonder concept
4. Vraag / aanbod	n.v.t.			
5. Green Key			Nee	Ja

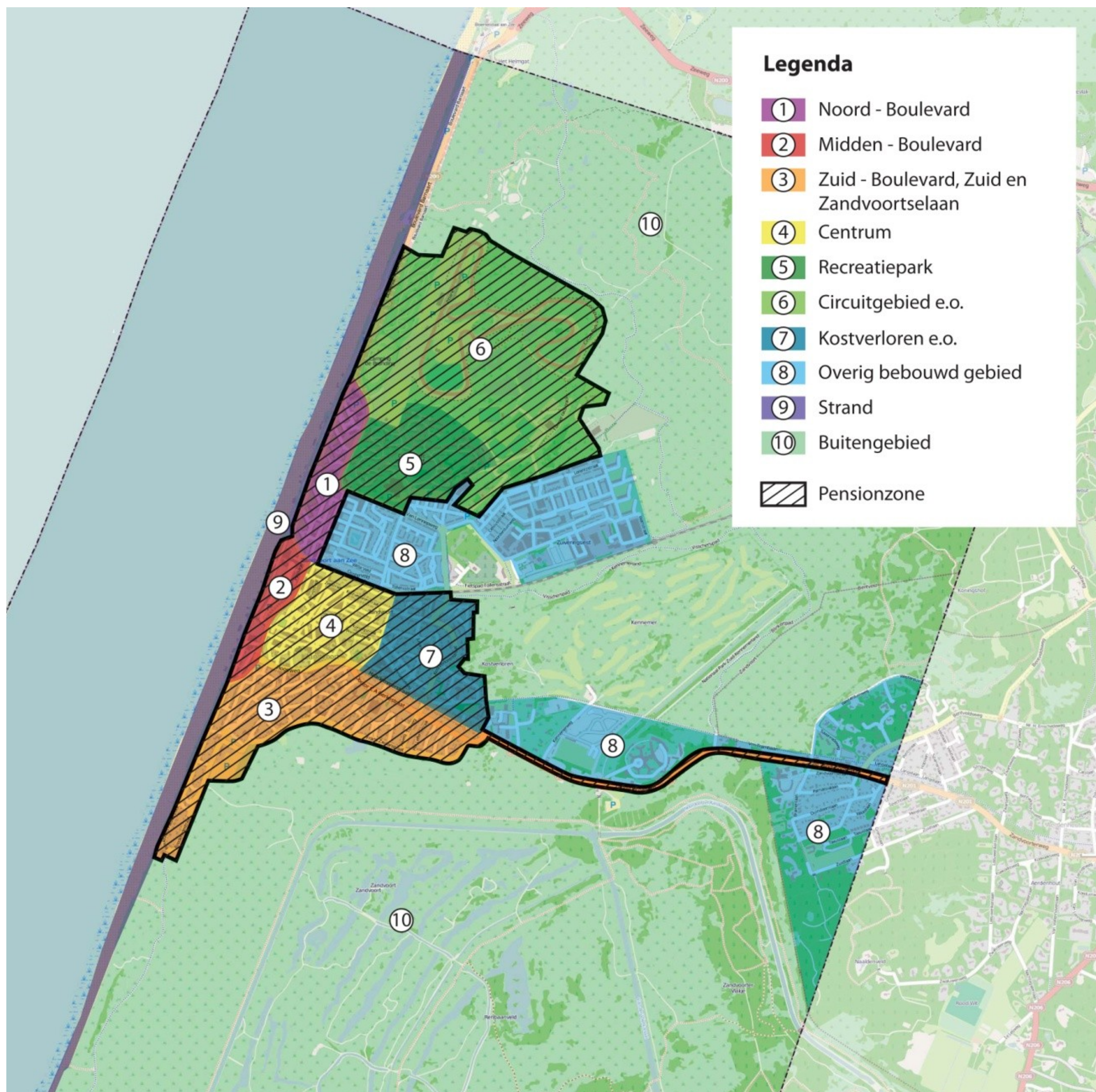
Het betreffende verzoek moet om, door te gaan naar stap 2, minstens 3 keer positief scoren op de genoemde economische criteria voor deze sector, zoals weergegeven in tabel 1.

STAP 2: VOLDOEN AAN RUIMTELIJKE CRITERIA LOGIESVERSTREKKING MET MEER DAN 4 BEDDEN (zie tabel 2)

- Er dient te worden voldaan aan de parkeereis opgenomen in het betreffende bestemmingsplan of indien daarmee in strijd met de Parkeernormennota zoals vastgesteld 9 oktober 2012, inwerking getreden in op 19 oktober 2012, waarbij voor de parkeernorm bij verhuur van meer dan twee kamers gerekend dient te worden met de parkeernorm die voor een hotel is opgenomen. Tevens dient een goede ruimtelijke onderbouwing door initiatiefnemer te worden geleverd, waarin de motivering van verzoek tot vestiging en de effecten van deze vestiging op directe omgeving inzichtelijk zijn gemaakt. In geval sprake mocht zijn van eventuele knelpunten, dient te worden aangegeven, hoe deze opgelost worden, alvorens tot afwijken van het bestemmingsplan kan worden overgegaan;
- Voorts moet worden voldaan aan de volgende criteria:
  - het gebouw waarvoor een wijziging van het gebruik wordt aangevraagd ten behoeve van logiesverstrekking met meer dan 4 bedden is in gebruik als een woning. Dit criterium is niet van toepassing indien het gaat om een pand dat als logiesverstrekker met meer dan 4 bedden is gebouwd en/of ingericht vóór de inwerkingtreding van het Pensionbeleid Zandvoort in november 2009 en waarbij de exploitant niet in het pand woont en ingeschreven staat voor deze datum (dit wordt gezien als een persoonsgebonden overgangsrecht, wanneer dit pand wordt verkocht moet dit weer als woning in gebruik worden genomen);
  - de woning moet (blijven) voldoen aan de overige eisen die gesteld worden aan woningen/gebouwen/logiesverstrekking met meer dan 4 bedden (bijvoorbeeld gebruiksvergunning, drank- en horecavergunning, exploitatievergunning, Bouwbesluit etc.);
  - degene die logies verstrekt moet ook degene zijn die in het betreffende pand woont en op het betreffende adres ingeschreven staat. Dit criterium is niet van toepassing indien het gaat om een pand dat als logiesverstrekker met meer dan 4 bedden is gebouwd en/of ingericht vóór de inwerkingtreding in november 2009 van het Pensionbeleid Zandvoort en waarbij de exploitant niet in het pand woont en ingeschreven staat (ook dit wordt gezien als persoonsgebonden overgangsrecht, als het pand wordt verkocht, moet de nieuwe exploitant er weer wonen).
  - voor de functie van logies moet op eigen terrein worden voorzien in voldoende parkeergelegenheid, waarbij geldt dat maximaal 50% van het onbebouwde erf gebruikt mag worden voor het voorzien in parkeergelegenheid;
  - sprake moet zijn van een logiesverstrekker met meer dan 4 bedden, waaronder wordt verstaan: een aan wonen ondergeschikte nevenactiviteit voor verhuur van kamers aan meer dan 4 personen. Een logiesverstrekker met meer dan 4 bedden kan in zijn gebruik worden omschreven als een woning waarvan meer dan 4 bedden gebruikt worden voor de verhuur voor kortdurende (zakelijk) toeristische logiesverstrekking per nacht met daarbij behorende verstrekking van maaltijden en/of dranken voor consumptie ter plaatse. Maaltijden en dranken worden slechts verstrekt aan gasten, niet aan passanten. Voor de logies per nacht wordt ook toeristenbelasting geheven. Tevens staat een logiesverstrekker met meer dan 4 bedden ingeschreven bij de Kamer van Koophandel. De exploitant is degene die in de woning woont en op dit adres ingeschreven staat. De te verhuren kamers dienen dus niet als woonverblijf, maar als verblijfsrecreatie (toeristen).
    Hiermee onderscheidt een dergelijke logiesverstrekker zich ten opzichte van een kamerverhuurbedrijf, dat duidelijk niet bijdraagt aan het verblijfstoerisme maar gericht is op verhuur van woonverblijven waarbij mensen ook ingeschreven staan als huurder bij de gemeente en geen toeristenbelasting betalen.
  - de voorliggende nota vervangt de het Pensionbeleid Zandvoort uit 2009.
- Er dient een goede ruimtelijke onderbouwing door initiatiefnemer te worden geleverd, waarin de motivering van verzoek tot vestiging en de effecten van deze vestiging op directe omgeving inzichtelijk zijn gemaakt. In geval sprake mocht zijn van eventuele knelpunten, dient te worden aangegeven, hoe deze opgelost worden, al vorens tot afwijken van het bestemmingsplan kan worden overgegaan.
- De initiatiefnemer dient tevens met de gemeente een planschadeovereenkomst te sluiten, waarbij eventuele planschade voor rekening komt voor initiatiefnemer.
- Wat betreft uitstraling dienen voor nieuwe logiesverstrekkers met meer dan 4 bedden binnen het karakter van de directe omgeving en stijl van de bebouwing te passen.

- Wat betreft zonering (zie kaart logiesverstrekkers met meer dan 4 bedden):
  - de voorkeurslocaties betreffen de gebieden 1 t/m 7;
  - vestiging van nieuwe logiesverstrekkers in de gebieden 8, 9 en 10 is niet toegestaan.

Tabel 2: Ruimtelijke Criteria Logiesverstrekking met meer dan 4 bedden				
	Ja / nee	Afwijken indien	Maatregel	Medewerking verlenen
Voldoet aan bestemmingsplan	Ja	N.v.t		Ja
	Nee	Minstens 3 x positief op economische criteria	N.v.t	Ja
Voldoet aan parkeren zoals opgenomen in het betreffende bestemmingsplan	Ja	Ja	N.v.t	Ja
	Nee	Ja mits voldoet aan Parkeernormennota (vastgesteld 9 oktober 2012, inwerking 19 oktober 2012)	Alternatieve parkeeroplossing (in omgeving)	Ja
Voldoet aan geactualiseerde criteria pensionnota	Ja	Ja	n.v.t	Ja
	Nee	Nee	Nee	Nee
Voldoet aan goede ruimtelijke onderbouwing (archeologie, bodem, natuur, overlast, externe veiligheid, akoestiek, stedenbouwkundige inpassing e.d.)	Ja	Ja	N.v.t	Ja
	Nee	Nee	N.v.t	Nee
Planschade-overeenkomst, kosten voor initiatiefnemer	Ja	Ja	N.v.t	Ja
	Nee	Nee	N.v.t	Nee
Zonering onderdeel van pensionzone (zie kaart)	Ja	Ja	N.v.t.	Ja
	Nee	Nee	Nee	Nee
Aantal kamers per logiesverstrekker met meer dan 4 bedden is gemaximeerd op 10	Ja	Ja	N.v.t.	Ja
	Nee	Nee	Nee	Nee



7.6 Logiesverstrekking tot en met 4 bedden.

7.6.1 Probleemverkenning

Vooral in het zomerseizoen vindt soms strijdig gebruik plaats. Particulieren verhuren kamers in hun woning. Volgens vigerende regelgeving mogen in een woning maximaal vier bedden worden benut voor logies. Het komt voor dat hele woningen worden verhuurd aan toeristen. Bewoners wonen dan tijdelijk elders.

7.6.2 Visie

De visie voor de logiesverstrekking tot en met 4 bedden is op hoofdlijnen dezelfde als die voor de pensionsector (=logiesverstrekking aan meer dan 4 personen): in termen van overnachtingen bekeken een kleine sector, met beeldbepalende kwaliteiten. Deze sector is wel ruimschoots aanwezig in Zandvoort. Hoewel het aanbod in de particuliere verhuursector in Zandvoort al zeer sterk vertegenwoordigd is in vergelijking met andere badplaatsen, is selectieve groei en doorontwikkeling in deze sector een positieve impuls voor de verblijfstoeristische sector als geheel. Aangezien Zandvoort al een beleid had ingezet om logiesverstrekking tot en met 4 bedden mogelijk te maken is dit niet een verruiming. De enige nieuwe toevoeging wordt gevonden in het toestaan van logies ook in appartementengebouwen.

7.6.3 *Toetsingscriteria*

Bed&Breakfast en Zimmer met Frühstück vallen onder de categorie logiesverstrekking als er tot en met 4 bedden worden verhuurd. Anders valt het onder de categorie Logiesverstrekking met meer dan 4 bedden en dient het te voldoen aan de voorwaarden die in hoofdstuk 7.5 zijn geformuleerd.

De gemeente Zandvoort onderkent het belang van de logiesverstrekking op haar grondgebied. De gemeente voert een stimulerend beleid en zal waar mogelijk medewerking verlenen aan verzoeken tot vestiging van logiesverstrekking , daarbij dient te worden voldaan aan de volgende criteria:

- het is toegestaan een gedeelte van een woning in te richten en te gebruiken ten behoeve van logiesverstrekking. Hieraan zijn de volgende voorwaarden verbonden:
  - de logiesverstrekking mag naar de aard en/of visueel geen afbreuk doen aan het karakter van de woning;
  - de logiesverstrekking mag geen nadelige invloed uitoefenen op de normale afwikkeling van het verkeer en geen parkeerproblemen veroorzaken in de directe omgeving;
- binnen de Woonbestemming mogen maximaal vier bedden worden benut voor logies;
- onder logiesverstrekking wordt verstaan, het gedurende een korte periode aanbieden en verstrekken van nachtverblijf aan ten hoogste vier personen per nacht voor toeristische doeleinden;
- Logiesverstrekking is toegestaan binnen de Woonbestemming voor het gehele grondgebied van de gemeente Zandvoort;
- het betreffende pand moet bij de gemeente aangemeld worden als zijnde in gebruik voor logiesverstrekking, zodat toeristenbelasting kan worden geheven;
- de logiesvoorziening mag geen onevenredige afbreuk veroorzaken aan de gebruiks- en uitbreidingsmogelijkheden van aangrenzende gronden en bouwwerken, waarbij de landschappelijke, cultuurhistorische en/of architectonische waarden van het pand, perceel of complex behouden dienen te blijven.

Aangezien de gemeente al bestaand beleid met betrekking tot logiesverstrekking heeft vastgelegd of van plan is dit op te nemen in de betreffende bestemmingsplannen, zijn voor deze sector geen schema's en een zoneringskaart opgenomen, zoals bij de andere sectoren.

7.7 Particuliere verhuursector

7.7.1 *Probleemverkenning*

Vooral in het zomerseizoen vindt soms strijdig gebruik plaats. Particulieren verhuren kamers in hun woning. Volgens vigerende regelgeving mogen in een woning maximaal vier bedden worden benut voor logies. Het komt voor dat hele woningen worden verhuurd voor toerisme (commercieel). Bewoners wonen dan tijdelijk elders. In het huidige bestemmingsplan staat dat bijgebouwen niet gebruikt mogen worden als recreatiewoning. Aanvullend geldt dat een aantal bewoners die hun huizen niet verkocht krijgen, deze willen inzetten voor toeristische verhuur.
Ook komt het voor dat bij de gemeente aanvragen voor de koop van twee (naast elkaar) gelegen appartementen worden ingediend. De toekomstige eigenaar wil dan in één appartement gaan wonen en één appartement gaan verhuren voor toeristische doeleinden. Nu is dat strijdig met het gemeentelijk beleid omdat de woning wordt onttrokken aan de woningvoorraad. Bovendien is strijdig met de bestemming wonen, die verhuur voor toeristische doeleinden niet toestaat.

7.7.2 *Visie*

De particuliere verhuursector is in termen van overnachtingen bekeken een kleine sector, met beeldbepalende kwaliteiten. Hoewel het aanbod in de particuliere verhuursector in Zandvoort al erg groot is in vergelijking met andere badplaatsen, is selectieve groei en doorontwikkeling in deze sector een positieve impuls voor de verblijfstoeristische sector als geheel.
Tijdelijke verhuur van appartementen en woningen zijn moderne, populaire verblijfsvormen. Logiesverstrekking biedt persoonlijk contact terwijl appartementen- woningverhuur gemak, ruimte en privacy biedt. Nadelig gevolg is dat er bij totale verhuur en woningonttrekking gebrek aan sociale controle en verantwoordelijkheid ontstaat.

De gemeente Zandvoort onderkent het belang van de particuliere verhuur van woningen en appartementen voor de verblijfstoeristische sector. De gemeente wil onder voorwaarden hieraan medewerking verlenen. Daarbij heeft ze de volgende overwegingen ten aanzien van bestaande situaties alsmede voor verzoeken van nieuwe situaties voor particuliere verhuur:

- de gemeente is bekend met het gegeven dat op haar grondgebied appartementen en woningen voor particuliere verhuur voor de verblijfstoeristische sector worden aangewend, zonder dat deze panden hiervoor geregistreerd staan;
- de gemeente wil hierin handhavend gaan optreden;
- De verhuur van complete appartementen c.q. woningen voor toeristische verhuur kan mogelijk leiden tot (tijdelijke) leegstand in een betreffend appartementencomplex of deel van een straat. Leegstand kan een gebrek aan sociale controle tot gevolg hebben. Ook stimuleert deze vorm van gebruik van panden de krimp van het inwoneraantal van de gemeente. De gemeente kiest ervoor om deze vorm van verhuur vooralsnog niet toe te staan. Behalve gebrek aan sociale controle is nog niet geheel duidelijk wat dit voor financiële gevolgen heeft. Leegstaande panden zorgen voor minder inkomsten uit het gemeentefonds, evenals het minder aanwezig zijn van bewoners. Daarnaast is een dergelijke afwijking van het bestemmingsplan niet met een simpele afwijking te regelen, maar is per aanvraag een projectafwijkingsbesluit nodig of een nieuw bestemmingsplan.
- Toeristische verhuur van delen van woningen met een eigen opgang/huisnummer wordt op dit moment ook niet toegestaan. Het is lastig handhaven bij illegale bewoning en inschrijven (zonder dat het past in het bestemmingsplan) is redelijk gemakkelijk. Om deze reden willen we dit niet stimuleren.
- Toeristische verhuur van leegstaande panden is op dit moment in strijd met de leegstandswet aangezien verhuur onder deze wet voor de duur van minimaal 6 maanden dient te geschieden. Dat wordt niet meer gezien als toeristische verhuur.

7.7.3 *Toetsingscriteria*

De gemeente Zandvoort onderkent het belang van de commerciële toeristische verhuur op haar grondgebied.
Indien een verzoek voor een nieuw initiatief voor commerciële verhuur voor toeristische doeleinden niet past in het bestemmingsplan, kan de gemeente afwijken indien aan de volgende voorwaarden is voldaan.
De gemeente zal verzoeken voor commerciële verhuur via 2 stappen beoordelen.

STAP 1: VOLDOEN AAN ECONOMISCHE CRITERIA PARTICULIERE VERHUUR (stap 1)

Tabel 1: Economische Criteria Commerciele Verhuur				
Nr. Onderdeel	**Beschrijving**	**Negatief**	**Neutraal**	**Positief**
Kwaliteitsniveau	Volledig gemeubilleerd, (tijdelijk) onbewoond en veilig	Brandveiligheid niet gegarandeerd en valt niet binnen bouwbesluit		Brandveilig en voldoet aan bouwbesluit

Indien het betreffende verzoek positief scoort op het genoemde criterium voor de commerciële verhuursector, zoals weergegeven in tabel 1 wordt verder gegaan bij stap 2.

STAP 2: VOLDOEN AAN RUIMTELIJKE CRITERIA (stap 2)

<u>A) het verhuur van een gedeelte van de woning voor toeristen, waarbij de hoofdfunctie wonen blijft</u>
Hierbij gelden de volgende voorwaarden.

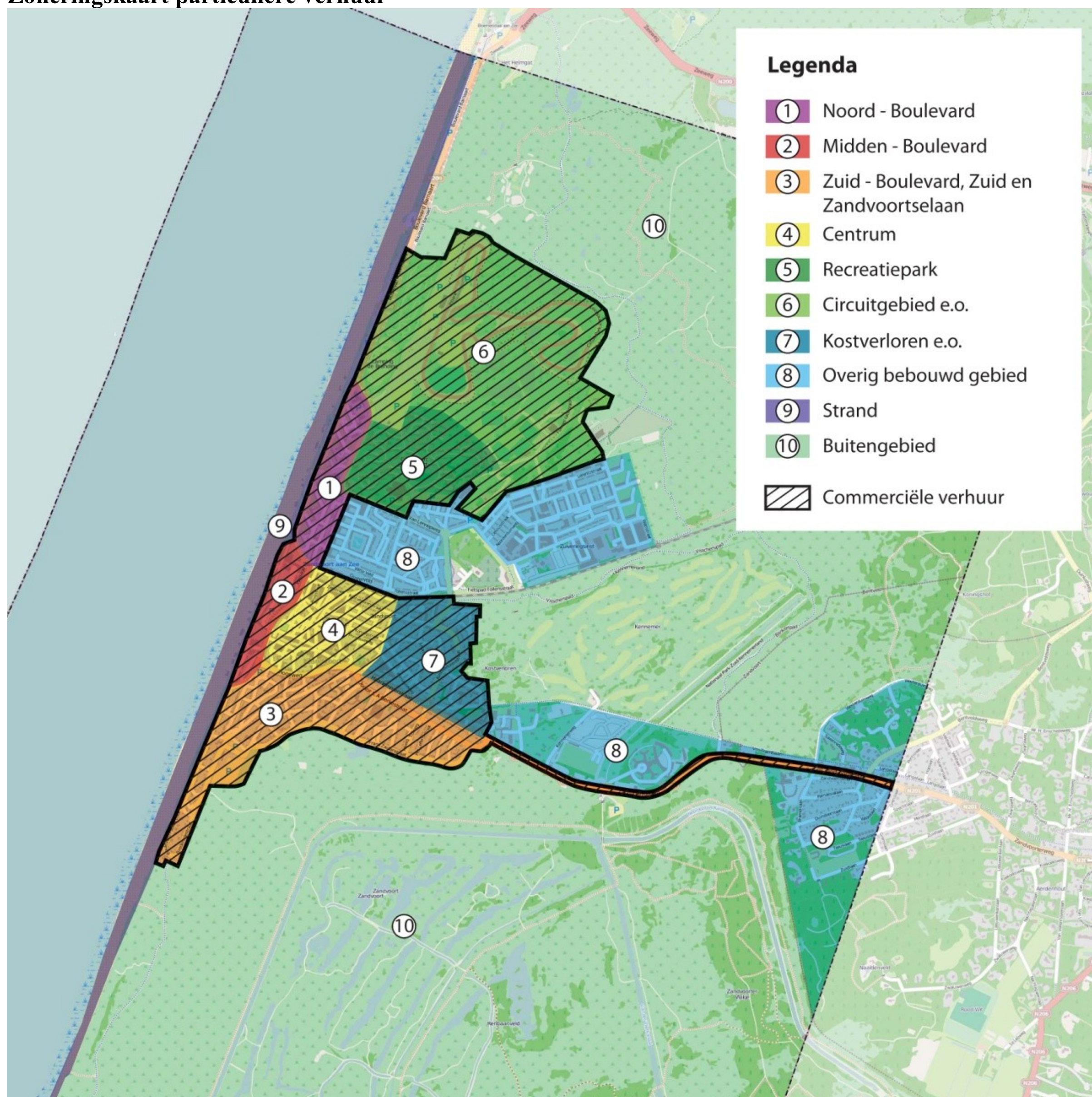
- Dit in een gedeelte van het hoofdgebouw zonder eigen toegang of eventueel in een vrijstaande zelfstandig te gebruiken bijgebouw. Zonder eigen toegang wil zeggen dat het gedeelte van het pand dat verhuurd wordt, in ieder geval rechtstreeks toegankelijk moet zijn vanuit het hoofdgebouw waarbinnen het te verhuren gedeelte is gelegen. Het bijgebouw dient in dat geval goed toegankelijk zijn (onder andere voor brandweer) en dus niet op een binnenterrein zonder ontsluiting zijn gelegen. Het moet voldoen aan Bouwbesluit, bouwverordening etc.
- Per perceel mag dan 1 woning (hoofdgebouw) en maximaal 1 recreatiewoning (bijgebouw) worden gerealiseerd.
- De bouwregelgeving voor bijgebouwen wordt niet aangepast.
- Het betreffende pand moet bij de gemeente aangemeld worden als zijnde in gebruik voor particuliere verhuur, als dit het geval is zal toeristenbelasting worden geheven.
- De verhuur mag niet meer dan 4 maanden achtereen aan dezelfde persoon gebeuren, dus alleen voor kortdurende verblijfsrecreatie.
- Voorts dient te worden voldaan aan de parkeereis opgenomen in het betreffende bestemmingsplan of indien daarmee in strijd met de Parkeernormennota zoals vastgesteld 9 oktober 2012, inwerking getreden in op 19 oktober 2012 waarbij voor de parkeernorm gerekend dient te worden met 1 parkeerplaats per recreatiewoning en/of recreatieappartement.
- Tevens dient een goede ruimtelijke onderbouwing door initiatiefnemer te worden geleverd, waarin de motivering van verzoek tot vestiging en de effecten van deze vestiging op directe omgeving inzichtelijk zijn gemaakt (denk aan overlast in achtertuin). In geval sprake mocht zijn van eventuele knelpunten, dient te worden aangegeven, hoe deze opgelost worden, alvorens tot afwijken van het bestemmingsplan kan worden overgegaan.
- Voorts dient de initiatiefnemer tevens met de gemeente een planschadeovereenkomst te sluiten, waarbij eventuele planschade voor rekening komt voor initiatiefnemer.
- Wat betreft uitstraling dienen:
  - de panden die voor particuliere verhuur worden benut geen overheersende uitstraling te hebben op het vlak van reclame-uitingen.
  - de panden qua uitstraling niet afwijkend te zijn van de panden in de directe omgeving.
- Voor deze vorm wordt voorzien in een zonering gelijk aan pensionvoorzieningen aangezien deze vorm wel een toeristische inslag vereist. In niet toeristische woonwijken lijkt dit niet de meest geëigende vorm, zie zoneringskaart.

<u>B) Toeristische verhuur van een volledige woning of appartement tijdens vakanties van de hoofdbewoner</u>
Hierbij gelden de volgende voorwaarden.

- Dit kan alleen indien de hoofdbewoner permanent is ingeschreven.
- Dit niet gebeurt voor de duur van meer dan 4 maanden per kalenderjaar.
- De woning of het appartement verder conform de bestemming wordt gebruikt.
- Dit gemeld wordt voor het heffen van toeristenbelasting.
- Dit mag op het gehele grondgebied van de gemeente.

Voor deze vorm is geen afwijking benodigd van het bestemmingsplan.

Zoneringskaart particuliere verhuur



7.8 Beleidsaanbeveling bungalowsector

7.8.1 Probleemverkenning

De bungalowsector (Center Parcs) is qua aantal overnachtingen de belangrijkste sector voor Zandvoort. De sector moet kunnen inspelen op toekomstige veranderende marktvragen. Dit kan bijvoorbeeld betrekking hebben op een kwaliteitsslag in de bungalows of in de centrale recreatieve voorzieningen. Dit kunnen belangrijke ingrepen zijn om tot seizoensverlenging te komen.

Daarnaast is in Zandvoort overnachten in de bestaande semipermanente strandhuisjes (veelal klein en zonder comfort) toegestaan. Dit is geregeld in het bestemmingsplan Strand en Duin. Om goed in te kunnen spelen op de markt, is het wenselijk dat uitbreiding van deze logiesvorm in combinatie met kwaliteitsverbetering op het strand van Zandvoort wordt geboden. Hierbij spreken wij van strandbungalows. Dit kan niet op elke plek op het strand, gezien ook de andere activiteiten met bijbehorend ruimtebeslag (zonnen, sporten, horeca, verhuur en stalling van boten/surfplanken etc.) die op het strand plaatsvinden.

7.8.2 Visie

In de bungalowsector vinden in de gemeente nu de meeste overnachtingen plaats, deze zijn geconcentreerd bij Center Parcs. In haar beleid richt de gemeente zich met name op het verhogen van de bezettingsgraad (faciliterend beleid).

- Verhogen van de bezettingsgraad van de bestaande accommodatie is de belangrijkste uitdaging.
- De 630 kleine particuliere strandhuisjes aan de noordzijde op het strand blijven gehandhaafd.
- Uitbreiding van de capaciteit moet zich richten op nieuwe marktsegmenten en andere formules aanbieden bijvoorbeeld in de vorm van strandbungalows.Vanuit de markt bestaat er veel vraag naar dit soort verblijfsmogelijkheden, vanuit de consument en vanuit potentiële exploitanten. Het strand heeft al veel te bieden in Zandvoort, er is een brede keuze aan strandpaviljoens en aan de noordkant van het strand zijn zo'n 630 strandhuisjes voor recreatief-toeristisch gebruik in het seizoen (op basis van lidmaatschap).
- Een kans voor uitbreiding van het bestaand aanbod ligt met name bij transformatie van het bestaande kampeerproduct op de bestaande campings, zonder uitbreiding van het oppervlak van de betreffende camping. Zo kan worden ingezet op een landelijke trend bij kamperen: de verschuiving van tentplaatsen naar jaarrond verblijf (chalets, bungalows of huisjes) waarmee de omzet per vierkante meter beduidend verbetert. Door in te zetten op transformatie van haar kampeerproduct maakt Zandvoort dit product toekomstbestendiger. Zie verder paragraaf 7.9.

7.8.3 Toetsingscriteria

De gemeente Zandvoort onderkent het belang van strandbungalows op haar grondgebied. De gemeente voert een stimulerend beleid en zal waar mogelijk medewerking verlenen aan verzoeken tot vestiging van strandbungalows. In geval het betreffende verzoek niet binnen het bestemmingsplan past, zullen Burgemeester en Wethouders van Zandvoort c.q. de gemeenteraad van Zandvoort gebruik maken van hun bevoegdheid om af te wijken van het bestemmingsplan, indien aan de volgende voorwaarden wordt voldaan. Daarbij zijn 2 stappen te onderscheiden.

STAP 1: VOLDOEN AAN ECONOMISCHE CRITERIA STRANDBUNGALOWSECTOR (zie tabel 1)

1. Doelgroep/segment

- De bestaande doelgroepen zijn overwegend Groen en Lime, zoals uitgelegd in hoofdstuk 4.3 van de voorliggende rapportage. Bij vergroting van de strandbungalows gaat de voorkeur uit naar het bedienen van de doelgroep Paars, Geel en Aqua.

2. Kwaliteitsniveau

- Initiatieven voor vestiging van nieuwe strandbungalows dienen een goed kwaliteitsniveau te hebben.
- Bij voorkeur dienen de strandbungalows qua uitstraling onderscheidend en versterkend te zijn, alsmede een bijdrage te leveren aan de kwaliteit van de omgeving.

3. Concept / onderscheidend vermogen

- De voorkeur gaat uit naar nieuwe strandbungalows die (er zijn geen strandbungalows in Zandvoort, dus er valt nog niet te onderscheiden) ruimte en comfort bieden voor het verblijf op het strand.

4. Vraag / aanbod

- Gezien het succes van de strandbungalows langs de Nederlandse kust wordt de mogelijkheid geboden voor het realiseren van strandbungalows.

5. Green key

Gezien de ligging naast een natuurgebied is een Green Key certificaat verplicht en nieuwe initiatieven die qua bedrijfsvoering handelen volgens het principe van duurzaamheid verdienen de voorkeur.

Tabel 1: Economische Criteria				
Nr. Onderdeel	Beschrijving	Negatief	Neutraal	Positief
1. Doelgroep / segment	Bestaand = groen en lime Wens = paars, geel en aqua		Groen en lime	Paars, geel en aqua
2. Kwaliteitsniveau	Kwaliteitsimpuls	Niks doen		
3. Concept / onderscheidend vermogen	Wens= bijzondere concepten	Zonder concept en thema	Zwak uitgewerkt concept	Bijzonder concept Gericht op specifieke doelgroepen
4. Vraag / aanbod	Strand: 24 strandbungalows	Geen bijdrage aan nieuwe concepten en verhoging bezettingsgraad		Aantoonbare bijdrage aan verhoging bezettingsgraad en bijdrage aan nieuwe concepten(bedrijfsplan)
5. Green Key		Nee		Ja

Indien het betreffende verzoek minstens 3 keer positief scoort op de genoemde criteria voor de strandbungalows, zoals weergegeven in tabel 1 wordt overgegaan op stap 2.

STAP 2: VOLDOEN AAN RUIMTELIJKE CRITERIA STRANDBUNGALOWSECTOR (zie tabel 2)

Indien een verzoek voor de vestiging van strandbungalows niet past in het bestemmingsplan, kan de gemeente afwijken indien aan de volgende voorwaarden wordt voldaan.

- De strandbungalows zijn seizoensgebonden en zijn uitsluitend voor verhuur aan toeristen. Strandbungalows mogen dus niet gebruikt worden voor detailhandel, kamerverhuur, opslag of anderszins.
- Als parkeernorm geldt één parkeerplaats per recreatiewoning (strandbungalow). Deze parkeerplaatsen kunnen niet op eigen terrein worden gerealiseerd. Hiervoor dient voldaan te worden aan paragraaf 4.3.1 van de Parkeernormennota zoals vastgesteld 9 oktober 2012, inwerking getreden op 19 oktober 2012;
- De strandbungalows dienen binnen de oppervlakten die in het bestemmingsplan Strand & Duin zijn opgenomen te passen, waarbij geen nieuwe grond wordt uitgegeven. De goot- en nokhoogte bedragen maximaal respectievelijk 3 en 5,5 meter, gemeten vanaf de begane grondvloer, waarbij deze gelegen is op ten hoogste 5,5 meter + NAP (dit is gelijk aan de hoogten voor de strandpaviljoen). De diepte, inclusief veranda / balkon bedraagt maximaal 12 meter.
- Het gebruik zoals aangegeven in het bestemmingsplan Strand & Duin blijft de hoofdactiviteit op het betreffende perceel. Bijvoorbeeld bij sloop van de huidige bebouwing mag het perceel niet volledig met strandbungalows worden bebouwd.
- Daarnaast kan de zone op het bufferstrand, tussen de paviljoens Havanna aan Zee (1c) en Adam & Eva (G01) benut worden voor een complex van maximaal 24 strandbungalows in twee clusters van maximaal elk 12 strandbungalows zoals aangegeven op de zoneringskaart. Het heeft de voorkeur deze volgens deze kaart te concentreren / situeren zodat niet de indruk van een compleet volgebouwd strand ontstaat. Daarbij geldt dat:
  - de clusters **elk** maximaal 85 meter breed zijn;
  - elk cluster ruimte biedt voor maximaal 12 bungalows.
- De strandbungalows zijn vrijstaand en zelfstandig functionerend (waaronder toilet, douche en kookmogelijkheid) en biedt per strandbungalow ruimte voor maximaal 6 personen.
- De strandbungalows hebben een luxe uitstraling (anders dan de bestaande strandhuisjes). De Initiatieven voor nieuwe strandbungalows moeten passen binnen het karakter van de directe omgeving en stijl van de bebouwing van de strandpaviljoens, waarbij de uiterlijke verschijningsvorm aan moet sluiten bij de welstandsnota voor bebouwing op het strand , die geformuleerd zijn in de Welstandnota Strand, vastgesteld in november 2008.

- Per verzoek voor strandbungalows dient een goede ruimtelijke onderbouwing door initiatiefnemer te worden geleverd, waarin de motivering van verzoek tot vestiging en de effecten van deze vestiging op directe omgeving inzichtelijk zijn gemaakt. Bereikbaarheid op de aankomst- en vertrekdagen in relatie tot zo min mogelijk gemotoriseerd vervoer dient hier onderdeel van te zijn. Zo ook dient de opslag van de strandbungalows buiten het seizoen geregeld te zijn (waar en hoe). Voor de afvalverwerking

dient een oplossing gevonden te worden waarbij deze geen extra objecten zichtbaar aanwezig zijn. In geval sprake mocht zijn van eventuele knelpunten, dient te worden aangegeven, hoe deze opgelost worden, alvorens tot afwijken van het bestemmingsplan kan worden overgegaan;

- Opgemerkt wordt dat het toevoegen van bebouwing op het strand kan leiden tot beperking van de dynamiek van duingebied, met gevolgen voor flora en fauna. Een en ander is afhankelijk van de situatie ter plaatse (hoe worden de bungalows gesitueerd, wat is de afmeting, wat zijn de onderlinge afstand, wat is de hoogte etc.). Bij de ruimtelijke onderbouwing moet een onderzoek worden aangeleverd om te bezien of en in hoeverre effecten van realisering van strandbungalows op flora en fauna / Natura 2000 optreden en hoe deze kunnen worden gecompenseerd
- Het complex van de strandbungalows op het bufferstrand wordt via openbare aanbesteding in de markt gezet. De overige strandbungalows dienen door de pachters van het betreffende stuk strand geëxploiteerd te worden.
- De initiatiefnemer dient tevens met de gemeente een planschadeovereenkomst te sluiten, waarbij eventuele planschade voor rekening komt voor initiatiefnemer.

Tabel 2: Ruimtelijke Criteria Strandbungalows

	Ja / nee	Afwijken indien	Maatregel	Medewerking verlenen
Voldoet aan bestemmingsplan	Ja	N.v.t		Ja
	Nee	Minstens 3 x positief op economische criteria	N.v.t	Ja
Voldoet aan parkeerplaats Strand zuid	Ja	Ja	N.v.t	Ja
	Nee	Ja mits, zie maatregel	Alternatieve parkeeroplossing (in omgeving of shuttle)	Nee
Voldoet aan goede ruimtelijke onderbouwing (archeologie, bodem, natuur, overlast, externe veiligheid, akoestiek, stedenbouwkundige inpassing, brandveiligheid e.d.)	Ja	Ja	N.v.t.	Ja
	Nee	Nee	N.v.t.	Nee
Voldoet aan openbare aanbesteding	Ja	Ja	N.v.t	Ja
	Nee	Nee	N.v.t.	Nee
Planschade-overeenkomst, kosten voor initiatiefnemer	Ja	Ja	N.v.t.	Ja
	Nee	Nee	Nee	Nee
Zonering onderdeel van zone straandbungalows (zie kaart)	Ja	Ja	N.v.t.	Ja
	Nee	Nee	Nee	Nee

Zoneringskaart strandbungalows



7.9 Beleidsaanbeveling kampeersector en campers

7.9.1 Probleemverkenning

De vraag naar kamperen staat onder druk. Landelijk is al decennia lang sprake van een daling in de vraag. In Zandvoort is dit vooralsnog niet aan de orde. De kust als product weet nog altijd kampeerders te trekken. Wel zien ondernemers een veranderende marktvraag waar zij op moeten inspelen. De toerist van nu (en zeker ook van de toekomst) vraagt in toenemende mate om kwaliteit. Dit kan zich uiten in bijvoorbeeld grotere standplaatsen, meer centrale voorzieningen op de camping en het omzetten van kampeerplaatsen naar bungalows en chalets. Een ander voorbeeld is dat gevraagd wordt naar compleet ingerichte tenten of logiesvormen die appelleren aan kamperen. Het is voor de ondernemer noodzakelijk om in te kunnen spelen op deze veranderende marktvraag en dat hij zijn aanbod flexibel kan transformeren.

Een voorbeeld van zo'n kampeerproduct in opkomst is de camper. De Duinrand en De Branding hebben al GOP's. Elders aan de kust ontstaan campings die volledig zijn gericht op het accommoderen van cam-

pers in de vorm van gereguleerde overnachtingsplaatsen (GOP's). Ook voor Zandvoort is dit een kansrijke ontwikkeling. Daarbij kan gedacht worden naast het aanbod van camperplaatsen op de campings, ook op andere locaties omdat campings buiten het seizoen gesloten zijn. Feitelijk is in de gemeente alleen op P-Zuid de mogelijkheid voor een (gemeentelijke) GOP.

7.9.2 Visie

In haar beleid richt de gemeente Zandvoort zich met name op het verhogen van de bezettingsgraad van de huidige kampeercapaciteit (faciliterend beleid). Dit betekent concreet:

- Belangrijke uitdaging is het verhogen van de bezettingsgraad van de toeristische standplaatsen (onder andere door seizoensverlenging/jaarrond opening).
- geen vestiging van nieuwe reguliere campings.
- upgrading van het kampeerproduct kan samengaan met een beperkte uitbreiding van oppervlakte van het bedrijf.
- flexibiliteit creëren in het omzetten van het product (van seizoens- naar toeristische standplaatsen) en het aanbieden van camperplaatsen (GOP's), ook buiten de campings is mogelijk. Transformatie van standplaatsen naar chalets cq. vakantiebungalows is onder voorwaarden mogelijk (voldoen aan Bouwbesluit).

De gemeente onderkent het belang van de kampeersector op haar grondgebied. De gemeente voert een stimulerend beleid en zal waar mogelijk medewerking verlenen aan verzoeken tot transformatie en upgrading (zoals hiervoor genoemd) van de campings. Tevens wil de gemeente medewerking verlenen aan het realiseren van gereguleerde overnachtingsplaatsen (GOP's) voor campers. In geval het betreffende verzoek niet binnen het bestemmingsplan past, zullen B & W c.q. de gemeenteraad gebruik maken van hun bevoegdheid om af te wijken van het bestemmingsplan, indien aan de volgende voorwaarden wordt voldaan. Daarbij zijn twee stappen te onderscheiden.

STAP 1: VOLDOEN AAN ECONOMISCHE CRITERIA VANUIT DE SECTOR KAMPEERACCOMMODATIES EN CAMPERS (zie tabel .1)

1. Doelgroep/segment

- De bestaande doelgroepen zijn overwegend Groen en Lime, zoals uitgelegd in hoofdstuk 4.3 van de voorliggende rapportage. Bij transformatie van de campings, als ook voor de realisatie van de GOP's gaat de voorkeur uit naar het bedienen van de doelgroep Paars, Geel en Aqua.

2. Kwaliteitsniveau

- Initiatieven voor transformatie van de campings door toevoeging van bijvoorbeeld bungalows / chalets en van vestiging van GOP's dienen een goed kwaliteitsniveau te hebben.

3. Concept / onderscheidend vermogen

- Bij voorkeur dient de transformatie van de campings en vestiging van GOP's qua uitstraling en concept onderscheidend en versterkend te zijn, alsmede een bijdrage te leveren aan de kwaliteit van de omgeving.

4. Vraag / aanbod

- De wens is verhoging van de bezettingsgraad van de bestaande campings, geen vestiging van nieuwe campings.
- Daarnaast is er vanuit de markt ruimte voor realisering van in eerste instantie één GOP, op P-Zuid..
- Hierbij wordt gedacht aan een sober ingerichte GOP voor maximaal 10 – 15 campers.

5. Green key

- Nieuwe initiatieven die qua bedrijfsvoering handelen volgens het principe van duurzaamheid verdienen de voorkeur.

Tabel 1: Economische Criteria Kampeeraccommodaties en GOP's				
Nr. Onderdeel	Beschrijving	Negatief	Neutraal	Positief
1. Doelgroep / segment	Bestaand = groen en lime Wens = paars, geel en aqua		Groen en lime	Paars, geel en aqua
2. Kwaliteitsniveau	Behoefte is upgrading	Niks doen		Omzetten vaste standplaatsen in toeristische plaatsen, toevoegen chalets en compleet ingerichte tenten
3. Concept / onderschei-dend vermogen	Wens= bijzondere concepten	Zonder concept en thema	Zwak uitgewerkt concept	Bijzonder concept Gericht op specifieke doelgroepen
4. Vraag / aanbod	Wens verhogen bezettingsgraad, geen nieuwe campings GOP's campers	Geen bijdrage aan nieuwe concepten en verhoging bezettingsgraad		Aantoonbare bijdrage aan verhoging bezettingsgraad en bijdrage aan nieuwe concepten(bedrijfsplan)
6. Green Key			Nee	Ja

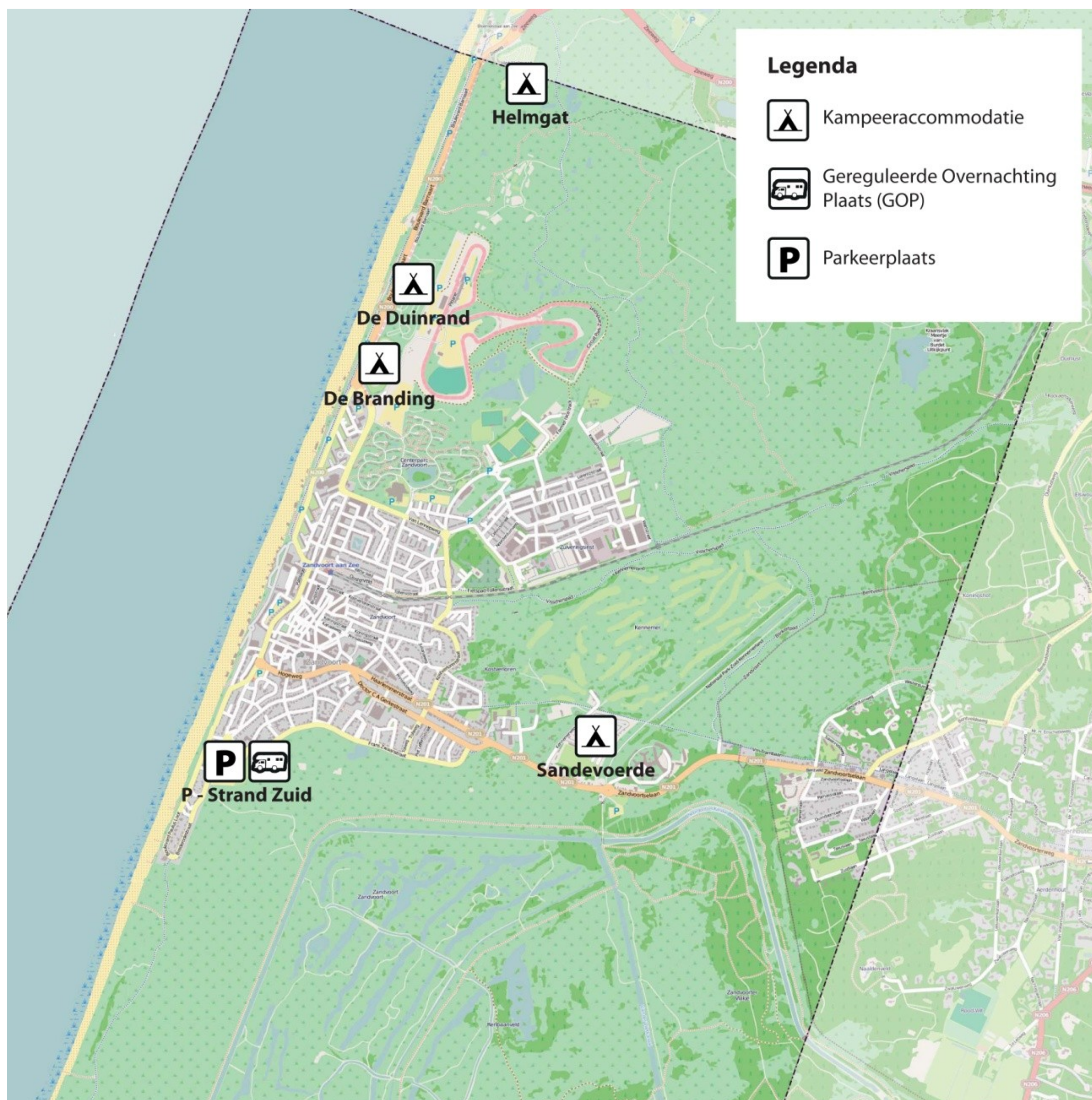
Indien het betreffende verzoek minstens 3 keer positief scoort op de genoemde criteria voor de kampeer-sector c.q. het GOP, zoals weergegeven in tabel 1 wordt overgegaan naar stap 2.

STAP 2: VOLDOEN AAN RUIMTELIJKE CRITERIA KAMPEERACCOMMODATIES EN CAMPERS

Indien een verzoek voor transformatie van de bestaande camping en of de vestiging van GOP niet past in het bestemmingsplan, kan de gemeente afwijken indien:

- het parkeren van auto's van personeel en bezoekers van campings dient volledig op eigen terreinplaats te vinden. Hiertoe dient in voldoende parkeergelegenheid te worden voorzien.
- voorts dient een goede ruimtelijke onderbouwing door initiatiefnemer te worden geleverd, waarin de motivering van verzoek tot vestiging en de effecten van deze vestiging op directe omgeving inzichtelijk zijn gemaakt. In geval sprake mocht zijn van eventuele knelpunten, dient te worden aangegeven, hoe deze opgelost worden, al vorens tot vestiging kan worden overgegaan;
- de initiatiefnemer dient tevens met de gemeente een planschadeovereenkomst te sluiten, waarbij eventuele planschade voor rekening komt voor initiatiefnemer;
- wat betreft uitstraling:
  - initiatieven voor transformatie van de kampeeraccommodaties moeten passen binnen het karakter van de directe omgeving;
  - dit geldt ook ten aanzien van de GOP's,;
- wat betreft zonering zie zoneringskaart kampeeraccommodaties en GOP's.

Zoneringskaart kampeeraccommodaties en campers



NB:Op de campings De branding en met name De Duinrand zijn reeds campervoorzieningen aanwezig

7.10 Handhaving

De gemeente Zandvoort zal handhaven conform haar handhavingsbeleid, zoals vastgelegd in haar Nota Handhavingsbeleid fysieke leefomgeving, gemeente Zandvoort 2012 - 2015 vastgesteld door het college van B&W op 24 april 2012

7.11 Gemeentelijke organisatie en actie

Als laatste paragraaf van dit rapport is een aantal punten toegevoegd die binnen de sfeer van de gemeentelijke organisatie liggen en die kunnen bijdragen aan het bevorderen van de kwaliteit en toekomstbestendigheid van de Zandvoortse verblijfstoerismesector.

Contact met de bestaande markt zonder doelen verblijfstoerisme uit het oog te verliezen

Tijdens het proces in de totstandkoming van dit rapport hebben we gemerkt dat de Zandvoortse ondernemers in de verblijfstoerismesector vol ideeën zitten. Het stimuleren en kaders scheppen voor de bestaande ondernemers, teneinde te kunnen innoveren en uitbreiden is van groot belang. Met name de knelpunten om uit te breiden in de vaak beperkte ruimte die er is in Zandvoort is een probleem waar veel ondernemers tegenaan lopen en waar vaak moeilijk een oplossing voor te vinden is. De gemeente kan in dergelij-

ke gevallen niet veel meer dan creatief met ondernemers meedenken en uitbreidingen toestaan als dit binnen de wettelijke kaders past. Ondernemers moeten ontwikkeling- en transformatieruimte krijgen van de gemeente die nodig is om voor het bestaande product, gericht op gasten uit de groene en lime doelgroepen, een kwaliteitsslag te kunnen maken. Bepaalde onzekerheden waar ondernemers mee te maken krijgen mogen niet te lang duren. De voorliggende visie zal hieraan bijdragen.

Voorop staat echter dat Zandvoort een kwaliteitslag nodig heeft in haar verblijfstoeristisch aanbod, hetgeen het meest eenvoudig door nieuw aanbod kan worden ingevuld. Het gaat dus om een kwaliteitslag van het bestaande (met name kleinschalige) aanbod in combinatie met het aantrekken van nieuwe formules die complementair zijn voor Zandvoort. Beleid en organisatie bij de gemeente moeten hier op ingesteld zijn.

Gemeentelijke regie in (bouw)ontwikkeling van verblijfstoerisme (hotels)
Nieuwe verblijfstoeristische projecten in Zandvoort, bijvoorbeeld het nieuwe hotel op het Badhuisplein, duren vaak lang om ontwikkeld te worden of komen helemaal niet van de grond. Op veel andere locaties in Nederland gebeurt hetzelfde, het is geen uniek fenomeen. Een proactieve houding van de gemeente richting de initiatiefnemer (vaak een projectontwikkelaar) kan bijdragen aan duidelijkheid over de ontwikkeling. Een wapen dat de gemeente hierbij kan inzetten is tijdelijke uitgifte van de grond.

De initiatiefnemer dient periodiek de voortgang van het project aan te tonen, bij een tekortkoming hierin kan eventueel het recht op de grondpositie weer komen te vervallen. Een belangrijke mijlpaal die gesteld moet worden voor de initiatiefnemer is een duidelijke deadline om aan te tonen dat de financiering rond is en dat een exploitant gevonden is.

Gemeentelijke regie in (bouw)ontwikkeling van verblijfstoerisme (strandbungalows)
Zandvoort heeft aan de zuidkant van het strand (tussen de strandpaviljoens ‘Havanna aan Zee’ en ‘Adam en Eva’) een mooie locatie in handen voor mogelijke ontwikkeling van strandbungalows. In de visie van Grontmij is één sterk concept voor strandbungalows aan de zuidkant van het strand te prefereren boven een versnippering op meerdere percelen. Het kan dan een duidelijke trekker worden die bijdraagt aan het imago van Zandvoort als badplaats. (zie paragraaf 7.8.3).

Classificatie van kleine aanbieders
Classificatie van het grote Zandvoortse aanbod in B&B’s, pensions en verhuurappartementen is een waardevolle informatieverdieping voor potentiële verblijfstoeristen in Zandvoort. De potentiële verblijfstoerist heeft op deze manier een beter inzicht in de mate van luxe en bijzonderheid die de kleine aanbieders kunnen bieden. De gemeente zou dit project kunnen oppakken met de lokale VVV als uitvoerende partij. In de publicaties van de VVV en op internetsites.

Regionale samenwerking: unieke positie Zandvoort is uitgangspunt
Zandvoort is actief in de hotelsamenwerking binnen de Metropoolregio Amsterdam (MRA). Ten opzichte van andere gemeenten in de Metropoolregio heeft Zandvoort, als badplaats in een natuurlijke omgeving, een eigen propositie. Enerzijds is samenwerking in MRA verband daarom zeker goed, om Zandvoort te kunnen positioneren als ‘Amsterdam beach’ en zo voor een deel mee te profiteren van de vele bezoekers aan Amsterdam. Bovendien kan worden geleerd van de kennis over verblijfstoerisme in de MRA, zoals bijvoorbeeld geconcentreerd bij de hotelloods Amsterdam. Anderzijds is de Metropoolregio (met name Amsterdam en Haarlem, maar ook de Keukenhof) een bezoekmotief om in Zandvoort te verblijven. Voorop staat echter dat Zandvoort uniek is en haar geheel eigen problematiek kent rondom verblijfstoerisme, hetgeen zij grotendeels zelf zal moeten oppakken.

Bijlage 1 Nieuwe bezoekmotieven

- Van belevenis naar beleving (taste & feel)

Het behoeftepatroon van mensen is de afgelopen tijd bepaald door het begrip belevenissen. In zijn vrije tijd beleefde men de ene kortdurende bijzondere ervaring na de andere. De consument heeft echter genoeg van kortdurende eenmalige belevenissen die snel weer worden vergeten. Beleving is het nieuwe sleutelwoord. Mensen willen geraakt worden door ervaringen en gaan op zoek naar activiteiten die emotie losmaken. Dit vraagt een meer persoonlijke aanpak van bedrijven in de toeristisch-recreatieve sector. Organisatie van evenementen en richten op marktniches kan hier een invulling aan geven. Ook de omgeving van de accommodatie wordt belangrijker en vormt in toenemende mate het product.

- Betekenis (meaning)

Consumenten willen met hun gedrag het verschil maken en bijdragen aan maatschappij, cultuur of natuur. Een betekenisvolle bezigheid wordt belangrijker. Vrijwilligerswerk op vakanties in de zorg, natuur of boerderij kan daar een voorbeeld van zijn. Dat creëert contact en zorgt voor meerwaarde. Kan zich ook vertalen in financiële bijdragen aan zelfgeformuleerde goede doelen.

- Bewuste consument (trust)

De consument kiest bewuster. Men is zich meer bewust van de negatieve effecten van de consumptiemaatschappij en gaat op zoek naar producten en ervaringen die goed zijn voor ons. Vertrouwen speelt een belangrijke rol tussen consument en producent. Als bedrijven zich aan hun woord houden en gezonde, verantwoorde producten maken, kunnen zij rekenen op de loyaliteit van consumenten. Steeds meer bedrijven behalen hun Green Key-certificaat.

- Gezondheidstoerisme (heal)

In de vergrijzende samenleving is gezondheid een steeds belangrijker thema. Dit uit zich onder meer in de opkomst van allerlei voorzieningen op het gebied van ‘wellness’, kuren en zorg. Door het jachtige bestaan waarin mensen steeds meer taken moeten combineren, wil men aandacht besteden aan ontspanning van lichaam en geest in een prettige, luxueuze omgeving. Ook mensen met een aandoening of ouderen die zorg nodig hebben, willen op vakantie. Hierbij is (medische) zorg op het verblijfsadres onontbeerlijk. Deze doelgroep zal door het groeiende aantal senioren in de toekomst aan belang toenemen.

- Duurzaamheid (care)

De klimaatverandering en milieuvervuiling gaan de consument aan het hart. Consumenten zijn bewust van de effecten van onze consumptiemaatschappij en er is een groeiend besef dat welvaart en welzijn hand in hand moeten gaan. Bij het kiezen voor producten speelt duurzaamheid een steeds belangrijkere rol. Biologische voeding, klimaatneutraal vliegen en een bankpasje met klimaatbijdrage zijn maar enkele voorbeelden van producten van deze tijd. Ook de toeristische industrie kan hier op inspelen.

- Belangstelling voor eigen omgeving (stay)

De globalisering heeft een soort tegenbeweging veroorzaakt: veel mensen hebben weer meer belangstelling voor de eigen omgeving en zijn op zoek naar de eigen identiteit. In dit kader worden natuur en landschap en cultuurhistorie weer meer gewaardeerd. Ook noodgedwongen wordt door de economische teruggang de eigen woonomgeving belangrijker.

Bijlage 2 Overzicht definities toeristische verblijfsaccommodaties

Inleiding
Binnen de toeristische verblijfssector worden diverse benamingen gebruikt. Voor de duidelijkheid wordt onderscheid gemaakt tussen de toeristische verblijfsaccommodaties vanuit de ruimtelijke ordening. Tevens opgenomen in het overzicht is de definitie van een kamerverhuurbedrijf om het zo het onderscheid te maken tussen toeristische accommodaties en dit soort bedrijven. Een kamerverhuurbedrijf is namelijk in meeste gevallen niet alleen schadelijk voor de woonomgeving maar ook voor het verblijfstoerisme.

Algemeen
Iedere verhuurder van toeristische verblijfsaccommodaties dient:
- toeristenbelasting af te dragen
- en zich in te schrijven bij de Kamer van Koophandel.

Hoofdfunctie wonen
Er is sprake van de hoofdfunctie wonen als degene die staat ingeschreven op het betreffende adres er daadwerkelijk woont.

Zonder eigen toegang
Zonder eigen toegang wil zeggen dat er wel een eigen toegang aanwezig mag zijn, maar het gedeelte van het pand dat verhuurd wordt, moet in ieder geval rechtstreeks toegankelijk zijn vanuit het hoofdgebouw waarbinnen het te verhuren gedeelte is gelegen.

Recreatiewoning
Een vrijstaand bijgebouw (behorend bij het hoofdgebouw dat bestemd is voor wonen) dat gebruikt wordt voor verblijfsrecreatie en dus niet voor permanente bewoning en dat gedurende het gehele jaar door wisselende personen wordt gebruikt.

Recreatieappartement
Een gedeelte van een hoofdgebouw (dat bestemd is voor wonen) dat gebruikt wordt voor verblijfsrecreatie en dus niet voor permanente bewoning en dat gedurende het gehele jaar door wisselende personen wordt gebruikt. In een hoofdgebouw zijn meerdere recreatieappartementen toegestaan.

Logiesverstrekking tot en met vier bedden
De populaire benaming is Bed & Breakfast. In het kader van het toetsingsbeleid wordt de term logiesverstrekking t/m vier bedden gebruikt.
De eigenaar woont in hetzelfde pand en is op het betreffende pand ingeschreven.
Dranken en (lichte) maaltijden worden slechts verstrekt aan gasten, niet aan passanten

Logiesverstrekking met meer dan vier bedden
De populaire benaming is pension (die zich soms ook Bed & Breakfast noemen). In het kader van het toetsingsbeleid wordt de term logiesverstrekking met meer dan vier bedden gebruikt.
De eigenaar woont in hetzelfde pand en is op het betreffende pand ingeschreven. Dit criterium is niet van toepassing indien het gaat om een pand dat als pension is gebouwd en/of ingericht vóór de inwerkingtreding van het Pensionbeleid Zandvoort in november 2009 en waarbij de exploitant niet in het pand woont en ingeschreven staat voor deze datum (dit wordt gezien als een persoonsgebonden overgangsrecht, wanneer dit pand wordt verkocht moet dit weer als woning in gebruik worden genomen);
Maaltijden en dranken worden slechts verstrekt aan gasten, niet aan passanten

Particuliere verhuur, een deel van eigen woning wordt als zelfstandige eenheid toeristisch verhuurd (appartementenverhuur binnen eigen woning):
Hier worden geen maaltijden verstrekt, er zijn wel vaak keukenfaciliteiten.
Er bestaan drie mogelijkheden voor deze categorie:
- in het hoofdgebouw zonder eigen entree
- in het hoofdgebouw met eigen entree
- in een vrijstaand bijgebouw

Particuliere verhuur, gehele eigen woning wordt als zelfstandige eenheid toeristisch verhuurd
Tijdens een lange vakantie of wanneer de eigen woning te koop staat, mag deze woning geheel verhuurd worden, onder voorwaarde dat een verhuursituatie gedurende een periode van maximaal vier maanden per kalenderjaar plaatsvindt.

Hotel
Een hotel is een bedrijf met een commercieel oogmerk waar iemand tegen betaling voornamelijk toeristisch kan overnachten voor een kortdurend verblijf en waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse worden verstrekt en waarbij de gast voor overige voorzieningen volledig wordt verzorgd
De eigenaar woont niet in het pand en in tegenstelling tot bovengenoemde accommodaties kunnen hier ook dranken en maaltijden aan personen worden verstrekt die niet overnachten in het pand.

Niet-toeristische verblijfsaccommodatie:

Kamerverhuurbedrijf
Bedrijf dat gericht is op de verhuur van woonverblijf aan meer dan één huishouden en aan meer dan vier personen, die ook ingeschreven staan als huurder bij de gemeente en geen toeristenbelasting betalen.